

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

NOMOR SKRIPSI 4534/KOM-D/SD-S1/2021
--

**PENGARUH TAYANGAN IKLAN ROKOK DI TELEVISI
TERHADAP PERILAKU MEROKOK REMAJA
SMA DI SMA 3 TUALANG**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Starta (S1) Komunikasi (S.Ikom)

Oleh

RATIH SULASMI
NIM. 11543202088

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2021**



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrandt KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertandatangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Ratih Sulasmi
NIM : 11543202088
Judul : Pengaruh tayangan iklan rokok di televisi terhadap perilaku merokok remaja SMA di SMA Negeri 3 Tualang.

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 11 Agustus 2020

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 03 Februari 2021

Dekan,

Dr. Nurdin. MA

NIP.19660620 200604 1 015

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I

Dr. Toni Hartono S.Ag, M.Si
NIP. 197806052007011024

Sekretaris/ Penguji II

Muhlasin, S.Ag., M.Pd.I
NIP. 196805132005011009

Penguji III

Dr. Muhammad Badri, M.Si.
NIP. 198103132011011004

Penguji IV

Dewi Sukartik, M.Sc
NIK. 130311019

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

PENGARUH TAYANGAN IKLAN ROKOK DI TELEVISI TERHADAP PERILAKU MEROKOK REMAJA SMA DI SMA NEGERI 3 TUALANG

Disusun Oleh :

NAMA : Ratih Sulasmi

NIM : 11543202088

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing pada tanggal: 25 juli 2020

Pembimbing

Suardi M.I.Kom

NIP : 197809120141110003

Mengetahui

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Dra. Atjih Sukaesih, M.Si

NIP. 196911181996032001

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



UIN SUSKA RIAU

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FAKULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R Soebrantas No. 155 KM.15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box 1004 Telp. 0761-7046522
Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, Email: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

Hal: Pengesahan Proposal

PENGESAHAN

Proposal dengan judul "Pengaruh Tayangan Iklan Rokok Di Televisi Terhadap Perilaku Merokok Remaja Sma Di Kecamatan Tualang" yang diajukan oleh saudari :

Nama : Ratih Sulasmi
Nim : 11543202088
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Telah diseminarkan pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 23 Oktober 2019

Dan dapat diterima untuk penulisan skripsi selanjutnya sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 11 Desember 2019

Penguji I

Hayatullah Kurniadi, M.A
NIP. 19890619 201801 1 004

Penguji II

Mustafa, M.I.Kom
NIK : 130 417 024

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Pekanbaru, 07 Agustus 2020

Surat pembimbing skripsi

Nomor : Nota Dinas

Tampanan : -

Isi : pengajuan ujian munaqasah

A N Ratih Sulasmi

Assalamualaikum Wr, Wb

Setelah kami mengadakan pemeriksaan atau perubahan seperlunya guna kesempurnaan skripsi ini, maka kami sebagai pembimbing skripsi saudarai **Ratih Sulasmi Nim. 11543202088** Dengan Judul **“Pengaruh Tayangan Iklan Rokok Di Televisi Terhadap Perilaku Merokok Remaja Sma Di Sma Negeri 3 Tualang”** telah dapat diajukan untuk mengikuti ujian munaqasah guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Harapan kami semoga dalam waktu dekat, yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasah Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dengan demikian surat pengajuan ini kami buat, atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Assalamualaikum Wr, Wb

Pembimbing

Suardi M.I. Kom

NIP : 197809120141110003

1.

2.

3.

4.

5.

6.

7.

8.

9.

10.

11.

12.

13.

14.

15.

16.

17.

18.

19.

20.



PERNYATAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Ratih Sulasmi
Nim : 11543202088
Jurusan : ilmu komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “ *Pengaruh Tayangan Iklan Rokok Di Televisi Terhadap Perilaku Meokok Remaja SMA Di SMA Negeri 3 Tualang*” adalah betul betul karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam skripsi tersebut diberi tanda citasi dan petunjuk dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Pekanbaru, 07 Agustus 2020

Yang membuat pernyataan



Ratih sulasmi

Nim. 11543202088

UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 - a. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber;
 - b. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



ABSTRAK

Nama : Ratih Sulasmi

NIM : 11543202088

Judul : Pengaruh Tayangan Iklan Rokok di Televisi terhadap Perilaku Merokok Remaja SMA di Sma Negeri 3 Tualang

Dewasa ini perkembangan perilaku merokok sangat mengkhawatirkan, penyebabnya adalah fenomena merokok yang dilakukan oleh remaja SMA. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh tayangan iklan rokok di televisi terhadap perilaku merokok remaja SMA di SMA Negeri 3 Tualang. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah siswa SMA Negeri 3 Tualang yang pernah melihat tayangan iklan rokok di televisi dan memutuskan untuk merokok, dengan jenis laki-laki kelas X-XII IPA DAN IPS yang berjumlah 383 orang, dan sampel dalam penelitian menggunakan sampel secara acak (*Random Sampling*) berjumlah 196 responden yang memenuhi kriteria seperti populasi diatas. Metode ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji regresi linier sederhana. Berdasarkan data yang diperoleh menggunakan koefisien korelasi. Temuan peneliti yang dijelaskan oleh peneliti yaitu adanya hubungan korelasi antara Pengaruh Tayangan Iklan Rokok Ditelevisi Terhadap Perilaku Merokok Remaja SMA Di SMA Negeri 3 Tualang sebesar 0,440 ($r=44,0\%$) dengan nilai signifikan 0,000 kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa korelasi diantara x dan y cukup kuat dan data cukup signifikan. Hasil diatas menunjukkan bahwa besar perilaku merokok dapat dihitung melalui koefisien determinasi (R^2) dengan hasil 0,194 atau (19,4) sedangkan (80,6%) sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Menunjukkan bahwa korelasi diantara X dan Y cukup kuat. Maka pengaruh tayangan iklan rokok di televisi berpengaruh terhadap perilaku merokok remaja SMA di Sma Negeri 3 Tualang.

Kata kunci : Pengaruh Tayangan Iklan Rokok Di Televisi Terhadap Perilaku Merokok Remaja SMA Di Sma Negeri 3 Tualang



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Name : Ratih Sulasmi
Student Reg. No : 11543202088
Title : The Effect of Cigarette Advertisement on Television on the Smoking Behavior of Youth at SMA Negeri 3 Tualang

Nowadays, the development of smoking behavior is very worrying, especially among high school adolescents. This study aims to know the effect of cigarette advertisements on television to the smoking behavior of high school adolescents at SMA Negeri 3 Tualang. The population used in this study were students of SMA Negeri 3 Tualang who had seen cigarette advertisements on television and decided to smoke about 383 male students of class X-XII majoring IPA (natural science) and social studies. The sample in the study was selected based on random sampling technique. The samples were 196 respondents who met the criteria decided. This method uses a quantitative approach with the data analysis technique used in this study, namely a simple linear regression test. Data were collected from questionnaires. This thesis finds that the existence of a correlation between the effect of television cigarette advertisement on the smoking behavior of high school adolescents at SMA Negeri 3 Tualang is about 0.440 ($r=44.0\%$) with a significant value of 0.000 smaller than 0.05. This indicates that the correlation between x and y variables is strong enough and quite significant. The results above show that the amount of smoking behavior can be calculated through detemetric coefficient (R^2) about 0.194 or (19.4), while (80.6%) or the rest is influenced by other factors. This thesis concludes that cigarette advertisement on television has an effect on smoking behavior of high school adolescents at SMA Negeri 3 Tualang.

Keywords: Effect, Cigarette Advertisement, Television, Smoking Behavior, High School Teenagers, SMA Negeri 3 Tualang.



KATA PENGANTAR



Bismillah Arrahman Arrahim, Alhamdulillah rabiil ‘alamin, segala puji dan syukur penulis kehadiran Allah SWT, sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Tayangan Iklan Rokok Ditelevisi Terhadap Perilaku Merokok Remaja SMA Di SMA Negeri 3 Tualang”**. Shalawat dan salam senantiasa kita hanturkan untuk junjungan Nabi Besar Muhammad SAW, Allah humma shalli ‘alaa muhammad, wa ;ala ali muhammad yng telah membawa umat manusia dari dalam kejahilnaan kepada alam yang penuh berkah, hidayah dan ilmu pengetahuan.

Sesungguhnya skripsi ini telah disusun sesempurna mungkin. Namun penulis menyadari bahwa skripsi ini yang disusun tidak luput dari kesalahan karena keterbatasan pola pikir pada penulis. Oleh karena itu berbgai masukan dan saran yang sifatnya membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Namun dengan harapan yang besar skripsi ini mampu memberikan kontribusi yang lebih bermakna.

Adapun ucapan terima kasih saya sampaikan secara khusus untuk kedua orang tua tercinta Ayahanda Maryadi dan Ibunda Ratna Sri Dewi dan keluarga saya yang senantiasa selalu memberi semangat dan motivasi agar saya bisa cepat menyelesaikan skripsi dan kuliah saya.

Selanjutnya penulis juga berterima kasih kepada:

1. Bapak Prof. DR. H. Akhmad Mujahidin, S.Ag.,M.Ag selaku rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
2. Bapak Dr.Drs. H. Suryan A. Jamrah, MA, Dr. H. Kusnadi, M.Pd., dan Drs. H. Promad, MA., Ph.D., selaku wakil Rektor I,II, dan III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Nurdin, MA selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, yang telah memberikan kemudahan dalam perizinan penelitian dan hal-hal penting lainnya dan Dr. Masduki, M.Ag, Dr. Toni Hartono, M.Si, Dr.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- Azni, S.Ag.,M.Ag selaku Wakil Dekan I,I,III Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
4. Ibu Dra. Atjih Sukaesih,M.Si dan Bapak Yantos, S.IP.,M.Si. selaku Ketua dan Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau
5. Bapak Suardi M.I.Kom selaku Pembimbing yang selalu memberikan masukan dan dorongan dalam memberikan semangat pada penulis, meluangkan waktu dan ilmunya untuk memberikan pengarahan dalam perbaikan skripsi ini sampai dengan selesai.
6. Kepada Pembimbing Akademik Bapak Sudianto, M I.Kom yang sudah membimbing mengenai perkuliahan maupun memberika masukan terhadap penelitian ini.
7. Seluruh dosen beserta staff pegawai Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
8. Ibu Indriwati,S.Pd selaku Kepala sekolah SMA Negeri 3 Tualang termakasih telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian di SMA Negeri 3 Tualang.
9. Ibu Dian, S.Pd selaku WK.UR. Kesiswaan, terimakasih telah membantu dalam proses penelitian. Dan untuk seluruh guru-guru di SMA Negeri 3 Tualng terutama seluruh wali kelas X-XII IPA-IPS.
10. Terimakasih kepada keluarga besar SMA Negeri 3 Tualang terutama kelas X-XII IPA-IPS yang telah membantu dalam pengisian angket.
11. Terimakasih kepada rekan-rekan angkatan 16 Broadcasting A yang selama ini sudah senantiasa setia menemani dalam susah sedih maupun senang sewaktu masa perkuliahan.
12. Terimakasih kepada seluruh anggota KKN Sugai Kayu Ara, yang selama ini dalam waktu 2 bulan menjadi teman dan juga menjadi keluarga baru, yang menemani dalam suka dan duka dikampung orang.
13. Dan terimakasih kepada saya sendiri Ratih Sulasmi sudah berjuang sampai di titik ini melawan rasa malas hingga dapat menyelesaikan skripsi sesuai diharapkannya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

14. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Apapun kontribusi yang telah diberikan oleh pihak-pihak yang ikut serta dalam penulisan skripsi ini mendapatkan balasan yang setimpal dari Allah SWT

Pekanbaru, Juli 2020
Penulis,

RATIH SULASMI
NIM. 11543202088

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Penegasan Istilah	8
C. Permasalahan	9
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitaian	10
E. Sistem Penulisan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Teori.....	13
B. Tugas – Tugas Masa Remaja.....	33
C. Konseptualisasi dan Operasional Variabel	37
D. Hipotesis	39
E. Kajian Terdahulu	39
BAB III METODOLAGI PENELITIAN	
A. Jenis Dan Pendekatan Pene;Itian	43
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian	43
C. Populasi Dan Sampel.....	44
D. Teknik Pengumpulan Data	45
E. Uji Validitas Data	46
F. Uji Reabilitas Data.....	47
G. Teknik Analisis Data	48
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	
A. Sejarah Sma Negeri 3 Tualang	48
B. Visi Misi Dan Tujuan Sms Negeri 3 Tualang	55

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

C. Struktur Organisasi Sms Negeri 3 Tualang	57
D. Struktur Organisasi Tu Sma Negeri 3 Tualang	59
E. Struktur Organisasi Tata Usaha Sma Negeri 3 Tualanag	60
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian.....	62
B. Pembahasan Penelitian	77
BAB VI PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	88
B. Saran	89

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Model Inovasi – Adopsi	16
Tabel 2.2	Operasional Variabel.....	38
Tabel 5.1	Ditribusi responden siswa SMA Negeri 3 Tualang tahun 2019-2020.....	62
Table 5.2	Tanggapan Reponden Atas Pertanyaan “Seberapa Sering Anda Melihat Iklan Rokok Di Media Televisi”	63
Table 5.3	Tanggap responden atas pertanyaan “menurut anda bagaimana audio dan visual gambar iklan rokok yang ditayangkan media televise.”.....	64
Tabel 5.4	Tanggapan Respon “Apakah Anda Memahami Makna dari Ikan Rokok Di Madia Telvisi.....	64
Tabel 5.5	Tanggapan responden atas pertanyaan “ apakah anda tertaik melihat iklan di media televisi	65
Tabel 5.6	Tanggapan responden atas pertanyaan “apakah anda merasa senang ketika melihat iklan rokok di media televi.....	65
Tabel 5.7	Tanggapan responden atas pertanyaan “ apakah anda ingin meniru adengan atau kalimat iklan rkook yang ada dimedia televisi	66
Tabel 5.8	Tanggapan responden atas pertanyaan “setelah menonton iklan rokok dimedia televisi, apakah anda berkeinginan untuk membeli produk rokok yang ada pada iklan.....	66
Tabel 5.9	Tanggapan responden atas pertanyaan “apakah anda sering meniru adegan atau kalimat iklan rokok yang anda lihat di media televisi.....	67
Tabel 5.10	Tanggapan responden atas pertanyaan “apakah anda pernah mencoba produk rokok yang diiklankan di media televisi setelah media iklan rokok.....	67

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Tabel 5.11	Tanggapan respondeng atas pertanyaan “apakah anda sering mengkonsumsi produk yang diiklankan di media televisi	68
Tabel 5.12	Tanggapan responden atas pertanyaan “apakah anda sering merasakan efek positif setelah menghisap rokok	68
Tabel 5.13	Tanggapan responden atas perntanyaan “bagaimana perasaan positif yang anda rasakan setelah merokok	69
Tabel 5.14	Tanggapan respnden atas pertanyaan “apakah anda sering merasakan efek negatif setelah menghisap rokok	69
Tabel 5.15	Tanggapan responden atas pertanyaab “apakah anda merokok untuk menghilangkan perasaan asmara.....	70
Tabel 5.16	Tanggapan responden atas pertanyaab “apakah dalam keadaan gelisah anda sering merokok	70
Tabel 5.17	Tanggapan responden atas pertanyaab “seberapa sering anda merokok dalam sehari	71
Tabel 5.18	Tanggapan responden atas pertanyaab “seberapa sering anda merokok dalam sehari	71
Tabel 5.19	Tanggapan responden atas pertanyaab “apakah anda pernah meokok 5-14 dalam sehari	72
Tabel 5.20	Tanggapan responden atas pertanyaab “apakah anda merokok 1-4 batang dalam sehari.....	72
Tabel 5.21	Tanggapan responden atas pertanyaab “berkumpul bersama teman apakah sering membuat anda merokok	73
Tabel 5.22	Tanggapan responden atas pertanyaab “apakah dalam kondisi setres membuat anda sering merokok	73
Tabel 5.23	Tanggapan responden atas pertanyaab “apakah anda sering merokok di tempat umum	74
Tabel 5.24	Tanggapan responden atas pertanyaab “menghisap rokok sering anda lakukan hanya dengan orang-orang yang sering merokok.....	74
Tabel 5.25	Tanggapan responden atas pertanyaab “apakah anda sering menghisap rokok ditengah-tengah orang yang tidak merokok	75

Tabel 5.26 Tanggapan responden atas pertanyaan “apakah anda sering merokok ditempat pribadi	75
Tabel 5.27 Tanggapan responden atas pertanyaan “apakah kamar pribadi anda sering anda gunakan untuk merokok	76
Tabel 5.28 Tanggapan responden atas pertanyaan “apakah anda sering merokok di toilet	76
Tabel 5.29 Hasil Uji Validitas Variabel X (Pengaruh Tayangan “Iklan Rokok Di Televisi)	78
Tabel 5.30 Hasil Uji Reabilitas Variabel X (Pengaruh Tayangan Iklan Rokok Di Televisi)	80
Tabel 5.31 Hasil Uji Variabel Y (Perilaku Merokok Remaja SMA Di SMA Negeri 3 Tualang)	81
Tabel 5.32 Hasil Uji Reabilitas Y (Perilaku Merokok Remaja SMA Di SMA Negeri 3 Tualang)	82
Tabel 5.33 Interpretasi koefisien korelasi product moment	83
Tabel 5.34 Korelasi Variabel X Dan Y	83
Tabel 5.35 Variabel Entered/Removed	84
Tabel 5.36 Regresi Linier Sederhana	84
Tabel 5.37 Uji Signifikan Pesial.....	85
Tabel 5.38 Koefisien Determinan (R ²)	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Sma Negeri 3 Tualang.....	57
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Tu Sma Negeri 3 Tualang	59
Gambar 4.3 Struktur Organisasi Tata Usaha Sma Negeri 3 Tualang	60





DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuisioner Penelitian
- Lampiran 2: Tabulasi Data Variable X
- Lampiran 3: Tabulasi Data Variable Y
- Lampiran 4 : Hasil Output Validasi Reabilitas Variable X
- Lampiran 5 : Hasil Output Variable Reabilitasi Ariabel Y
- Lampiran 6 : Output Regresi Linier Sederhana
- Lampiran 7 : Output Pearson Product Momen

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih bentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam.¹ Komunikasi adalah cara yang menghubungkan individu dengan individu, kelompok dengan kelompok, negara dengan negara, benua dengan benua dan dalam skala besar ataupun kecil lainnya. Proses komunikasi pada hakekatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikasi).

Pikiran bisa berupa gagasan, informasi, opini dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Perasaan bisa berupa keyakinan, kepastian keraguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan dan sebagainya yang timbul dari lubuk hati.² Seiring dengan adanya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, pada saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat, perkembangan ini dipicu oleh banyaknya kebutuhan manusia akan informasi. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, tidak terlepas dari peranan komunikasi massa yang di dalamnya terdapat perkembangan teknologi media massa khususnya televisi.

Televisi terdiri dari singkatan “tele” yang berarti jauh dan “visi” berarti penglihatan, yang mana mempunyai dua sifat yaitu bisa dilihat gambar dan di dengar suaranya.³ Sehingga *audience* bisa terhibur sekaligus mendapat informasi, dan ilmu pengetahuan dan cara berfikir. Televisi memberikan suasana tertentu dan informasi yang disampaikan mudah dimengerti dan jelas dilihat dan didengar secara audio dan visual. Televisi menyediakan berbagai macam program menarik dan tidak hanya berfungsi untuk menghibur semata,

¹ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta : PT. Rajagrafindo Pesada, 2008),

² Onong. Ujhana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*, (Bandung. Remaja Rosdakarya, 1990), 11

³ Ibid, hlm 179

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

melainkan juga menyiarkan informasi kepada masyarakat dan yang terpenting televisi memiliki fungsi untuk mendidik. Televisi merupakan media yang kuat sekali pengaruhnya pada pembentukan ilmu pengetahuan, pola pikir, dan sikap masyarakat.

Iklan merupakan suatu yang menarik bagi kalangan yang mengkaji komunikasi. seiring dengan perkembangan teknologi dan media massa, seperti televisi dan surat kabar, iklan merupakan suatu bentuk promosi produk sangat mempengaruhi masyarakat konsumen. Iklan begitu akrab dengan kehidupan kita, mulai dari bangun tidur, beraktifitas dirumah, keluar rumah, tempat kerja, sampai pulang lagi kerumah. Iklan adalah senjata paling ampuh untuk mempengaruhi konsumen, yang sebelumnya tidak tertarik dengan sebuah produk, namun karena iklan yang ditayangkan begitu gencarnya sehingga lama-kelamaan tertarik dan ingin mencobanya. Iklan sangat mempengaruhi dalam mengubah persepsi dan perilaku konsumen.

Iklan rokok merupakan salah satu iklan yang ditayangkan di media televisi. Berbeda dengan kebanyakan iklan, Iklan rokok komersial adalah iklan yang tidak boleh menampilkan orang yang sedang merokok atau memakai model iklan dari kalangan remaja. Iklan rokok pun tidak boleh menyajikan kemasan rokok utuh seperti memperlihatkan produknya dan tidak boleh dengan terang-terangan mengajak atau membujuk seseorang untuk merokok, juga harus menyantumkan peringatan yang berisi informasi tentang resiko dan bahaya merokok secara mencolok. Ketatnya aturan yang ada justru menguntungkan, iklan rokok memiliki kebebasan tampil menonjol dibandingkan iklan produk lain. Hal ini terlihat dari maraknya iklan rokok yang muncul sekarang dengan mengedepankan kreativitas kata dan meminimalisir aspek visual dalam iklan.⁴

Bentuk iklan langsung industri rokok di luar ruangan sangat beragam, dari papan reklame besar hingga stiker. Papan reklame raksasa dan lampu hias jalan (*lamppost*) di tempatkan pada posisi strategis yang banyak dilewati dan

⁴Setiyowati, Novia. 2008. *Daya Tarik Iklan Produksi Rokok Gudang Garam Merah*. (Skripsi Sarjana. Universitas Islam Indonesia).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menarik perhatian orang, seperti jalan lintas utama dan lintas tol, pusat niaga, terminal atau stasiun, bandara udara, tempat rekreasi pintu gerbang jalan tol, pintu gerbang pembatas wilayah, jembatan penyebrangan, disekitar kampus atau sekolah, taman kota halte bus, pertamina, dan sebagainya. Sedangkan umbul-umbul diletakkan dipinggir jalan utama dengan jumlah yang sangat banyak berjejer mendominasi sepanjang jalan atau tempat-tempat tertentu dimana tempat kegiatan promosi sedang berlangsung, seperti mall, kampus, stadion olah raga, gedung pertunjukan. Adapun spanduk, poster, seringkali dipasang atau ditempel tumpang tindih dan sembarangan, di sepanjang jalan, dinding, pagar, pohon, tiang pengangguh jalan tol tiang listrik, pembatas jalan dan sebagainya

Iklan rokok dimedia cetak juga sering kita temukan di koran, majalah politik, majalah remaja, termasuk majalah *entertainment* dan *lifestyle* (yang dibagikan gratis di *mall-mall* atau di *cafe-cafe*). Juga majalah yang diterbitkan oleh maskapai pesawat udara yang melakukan penerbangan domestik maupun penerbangan luar negeri. Materi iklannya sejalan dengan iklan diluar ruang dan di televisi. Iklan rokok juga mensponsori sebuah *event*, musik, seni dan budaya. Dengan mensponsorisebuah *event*, musik, seni dan budaya maka memungkinkan bagi industri rokok untuk berinteraksi secara langsung dengan targer pasar mereka.⁵

Mengingat dampak iklan ditelevisi dalam beberapa hal cukup berbahaya, maka di bentuk undang-undang yang memberikan batasan bagi hal tersebut. Salah satu iklan yang dianggap berbahaya dan sering melanggar etika periklanan adalah iklan rokok. Berdasarkan PP Nomor 109 Tahun 2012 tentang Pengamatan Bahan Yang Mengandung Zat DIKTIF Berupa Produk Tembakau bagi Kesehatan Iklan rokok di televisi hanya boleh ditayangkan 21.30-05.00 waktu setempat. Peraturan tersebut dibuat agar penonton yang masih dibawah umur anak-anak tidak menonton iklan yang di tujukan untuk orang dewasa tersebut. Seringkali iklan rokok tidak dilakukan secara nyata

⁵Arday D.S. "Promosi Iklan Dan Sponsor Rokok Strategi Perusahaan Remaja Menggiring Remaja Untuk Merokok" *Benefit Journal Managemen Dan Bisnis* Vol.17, Nomor 1, juni (2013) hlm 58-69. Diakses pada tanggal 6 Desember 2019.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sebagai iklan, namun pengiklanan melalui *event-event* atau acara tertentu sebagai sponsor acara tersebut. Acara yang di sponsori melibatkan anak-anak muda, misalnya acara *event*, konser musik, olahraga dan seni budaya.⁶

Dalam kehidupan sehari-hari seringkali ditemui orang merokok dimana-mana baik di kantor, di pasar ataupun tempat umum lainnya atau bahkan di kalangan rumah tangga sendiri. Kebiasaan merokok di mulai dengan adanya rokok pertama. Umumnya rokok pertama di mulai saat masih usia remaja. Setelah remaja rokok pertama, seorang individu yang menjadi ketagihan merokok dengan alasan-alasan seperti kebiasaan, menurunkan kecemasan, dan mendapatkan penerimaan.⁷

Menurut WHO (*World Health Organization*) mengenai konsumsi tembakau dunia, angka prevalensi merokok di Indonesia merupakan salah satu diantara yang tertinggi di dunia, dengan 46,8% laki-laki dan perempuan 3,1% perempuan usia 10 tahun keatas yang diklasifikasikan sebagai pokok, dan diataranya adalah perokok remaja.⁸

Penelitian yang dilakukan oleh *Global Youth Tobacco Survey* (GYTS) WHO 2006 mengungkap bahwa 37,3 anak-anak usia 13 hingga 15 tahun di Indonesia pernah merokok. Penelitian lanjutan dilakukan GYTS pada tahun 2007 yang menghasilkan bahwa jumlah perokok anak usia 13-18 tahun di Indonesia menduduki peringkat pertama di Asia. Bahkan tiga dari sepuluh pelajar SMP di Indonesia (30,9%) mulai merokok sebelum umur 10 tahun. Jumlah ini diperkirakan terus meningkat 4% tiap tahun.⁹

Banyak dampak negatif yang di sebabkan oleh perilaku merokok baik dari segi kesehatan, ekonomi, sosial dan psikologi. Ditinjau dari segi

⁶Olivia Deliani Hutagaol, "Strategi Kreatif Iklan Produk Rokok di Indonesia", *Exposure: Journal of Advanced Communication*, Vol.1 Nomor.1 (2011) hlm.102. (Skripsi Program Studi Ilmu Hukum Universitas Negeri Semarang 2017)

⁷Imam Alhawary, *Pengertian, Manfaat, Bahaya Serta Hukum Rokok Dalam Persepsi Islam* (www.e-psikologi.com) diakses pada 15 mei 2019 (Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau 2015)

⁸WHO. (2011) *WHO Reaport on the Global Tobacco Epidemic*. Artikel. Jakarta: Badan Kesehatan Dunia. Diakses dari http://www.who.int/tobacco/global_report/2011/en/index.html.

⁹Identitas sebatang rokok, 2008. Diakses dari <http://www.quittoaccoindonesia.net/v3/?pg=berita&id=32> (Skripsi Program Psikologi Universitas Sumatera Utara, Medan 2017)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kesehatan, pengaruh bahan-bahan kimia yang dikandung rokok seperti nikotin, CO (karbonmonoksida) dan *tar* akan memacu kerja dari susunan syaraf dan detak jantung lebih cepat, menstimulasi kanker dan berbagai penyakit lain. Dilihat dari sisi ekonomi, merokok yang pada dasarnya membakar uang, apalagi jika hal tersebut dilakukan remaja yang belum mempunyai penghasilan sendiri. Jika dilihat dari segi sosial perilakumerokok dapat menimbulkan ketidaknyamanan bagi orang-orang yang disekitarnya, karena asap yang ditimbulkan dari rokok tersebut.

Selain itu, dampak perilaku merokok dapat meningkatkan kemiskinan, karena mengurangi penggunaan sumber daya individu dan keluarga yang terbatas untuk kebutuhan lain, yang sebenarnya lebih penting, seperti pendidikan, makanan dan perumahan. Sedangkan rokok dari sisi psikologi adalah perilaku merokok dapat menyebabkan ketergantungan, apabila individu merasa cemas dan gelisah karena tidak dapat merokok.¹⁰

Masalah merokok sudah menjadi masalah yang nasional. Pemerintah Provinsi DKI telah menerbitkan peraturan Gubernur No.75/2005 tentang Kawasan Dilarang Merokok. Peraturan ini merupakan turunan dari perda No.2/2005 tentang Pengendalian Perencanaan Udara. Peraturan ini sudah mulai sosialisasikan dari tahun 2000, tapi hingga saat ini masih banyak kita melihat orang merokok dimana saja tanpa memperdulikan peraturan yang telah dikeluarkan.¹¹

Merokok adalah penyebab kematian utama yang sebenarnya dapat di cegah. Kebiasaan ini membunuh puluhan ribu orang setiap tahunnya dan melumpuhkan jutaan yang lain.¹²

Perilaku merokok bagi usia remaja dapat digolongkan sebagai perilaku yang menyimpang atau dapat dikatakan sebagai kenakalan remaja, karena perilaku tersebut adalah perilaku yang melanggar peraturan-peraturan yang

¹⁰Komalasari, D.& avin, F.H. *Faktor-Faktor Penyebab Perilaku Merokok Pada Remaja. Jurnal Psikologi*. Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM

¹¹"Peraturan Gubernur Larang Merokok Mulai Disosialisasikan". 2005 <http://www.hukumonline.com/detail.asp?id=13799ckl=aktual>

¹²Diane E. Papalia, Dkk. *Human Development* Jakarta Kencana, 2008.hal,640 (Skripsi Program Ilmu Komunikasi Universita Sislam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau 2015)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ada dilingkungan primer maupun skunder. Dengan demikian, pada usia mereka perilaku-perilaku mereka memang tidak melanggar hukum secara jelas tetapi disini yang dilanggar adalah status dalam lingkungan premier (keluarga) dan skunder (sekolah).¹³

Perilaku merokok bagi remaja dibawah usia 18 tahun termasuk golongan *Juvenile Delinquency* yaitu kelakuan yang selalu melanggar hukum maupun hanya peraturan disekolah dan dikeluarganya. Kelakuan ini didorong oleh keinginan untuk mendapatkan status sosial dan penghargaan diri dari lingkungannya.¹⁴ Para remaja tampaknya lebih peduli dengan apa yang di fikirkan oleh orangtua. Para remaja yakin orangtua mereka yang menolak merokok akan jarang merokok. Pada masa ini remaja ingin mendapat perhatian dan contoh yang baik dari orangtuanya namun kenyataannnya yang terjadi sering kali bertolak belakang dengan yang remaja harapkan, misalnya remaja tersebut melihat orangtuanya menghisap rokok beberapa bungkus sehari.¹⁵

Pengaruh teman sebaya pada sikap, pembicara, pada minat, penampilan dan perilaku lebih besar daripada pengaruh orangtua. Misalnya bila anggota kelompok mencoba minum alkohol, obat-obatan terlarang atau rokok, maka remaja cenderung mengikutinya tanpa memperdulikan perasaan mereka sendiri akibatnya.¹⁶ Hal ini dapat dijelaskan dengan konsep konformitas yang terjadi pada remaja. Konformasi terjadi pada remaja mengadopsi sikap atau perilaku remaja lain karena adanya tekanan baik secara langsung atau tidak. Remaja menyerah pada tekanan kelompok walaupun bukan berdasar keinginan dirinya untuk mempertahankan kedudukan didalam kelompok dan juga agar sama seperti sikap dan perilaku teman-temannya agar dirinya tidak dianggap aneh oleh teman-temannya.¹⁷

¹³ *Ibid*, hal 200

¹⁴ Siswanto Surjoharjo, *Anda Dapat Berhenti Merokok*. Yogyakarta Yayasan Andi 1995 (Skripsi Program Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau 2015)

¹⁵ Gerald c. Devison, dkk, *Psikologi Abnormal* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2012

¹⁶ Hurlock, B.E. *Psikologi Perkembangan: suatu perkembangan sepanjang rentang kehidupan*. Jakarta. 1980.

¹⁷ Santrock, J.W. *Remaja Edisi Ketujuh*, Jakarta. Erlangga. 1998 (Skripsi Universitas Sumatera Utara Medan 2009)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Remaja diakui oleh produsen rokok sebagai sasaran pasar penjual industri rokok mengakui bahwa anak remaja adalah aset bago keberlangsungan industri rokok. Di Indonesia murah nya harga rokok menyebabkan anak-anak dan remaja dapat membeli rokok. Tahun 2004, satu dari tiga (33%) remaja laki-laki uia 15-19 adalah perokok aktif, tren menunjukan umur mulai merokok semakin belia.¹⁸

Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku merokok remaja adalah sikap terhadap iklan rokok.¹⁹ Iklan juga memiliki andil dalam penyebab remaja merokok. Iklan merupakan media promosi yang sangat ampuh dalam membentuk opini publik di bidang rokok. Iklan-iklan rokok dapat dijumpai dimana saja, mulai dari *billboard*, spanduk, umbul-umbul, iklan di media cetak ataupun media elektronik. Melihat iklan di media massa dan elektronik yang menampilkan gambaran bahwa perokok adalah lambang kejantanan atau glamaor, membuat remaja seringkali terpicu untuk mengikuti prilaku seperti perilaku yang ada dalam iklan yang ada dalam iklan tersebut.²⁰

Perilaku merokok juga terjadi dikalangan remaja tingkat SMA Negeri 3 Tualang Kabupaten Siak. Siswa SMA Negeri 3 Tualang, merupakan kategori remaja yang masih dalam tahap penemuan jati diri. Siswa SMA Negeri 3 Tualang bersifat heterogen yang terdiri dari berbagai suku, agama maupun status sosial. Pada tingkat remaja perilaku merokok sering terjadi, gejala tersebut juga dapat ditemukan pada siswa SMA Negeri 3 Tualang Kabupaten Siak. Berdasarkan pengamatan awal yang penulis lakukan di sekolah tersebut dan gejala-gejala yang terjadi atau terlihat, ada sebagian siswa sepulang sekolah nongkrong di pinggir jalan sambil merokok, ada sebagian siswa yang merokok di belakang kantin sekolah waktu jam istirahat. Guru terkadang juga sering memergoki siswa yang sedang merokok.

SMA Negeri 3 Tualang adalah salah satu sekolah SMA yang ada dikecamatan Tualang, yang terletak sangat strategis yang berada dikampung

¹⁸Depkes.R. *Laporan Nasional Riset Kesehatan Dasar (riskesdes)*, 2007

¹⁹Nasution, I.K *Perilaku Merokok Remaja. Jurnal*, Medan: Fak.Kedokteran Univ. Sumatera Utara (skripsi progam studi ilmu hukum universitas negeri semarang, 2017)

²⁰Mu'tadin, Z. 2002, *Remaja dan rokok* (Online). Available : <http://www.e-psikologi.com/remaja/050602>

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pinang Sebatang Timur, Bunut. Dari hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti disekolah tersebut, penelitian melihat bahwa ada siswa yang merokok diluar kegiatan sekolah, misalnya saat sebelum masuk lingkungan sekolah, setelah jam pulang sekolah, bahkan dengan cara sembunyi-sembunyi merokok saat jam istirahat.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, muncul pertanyaan tentang apakah iklan rokok di media televisi berpengaruh terhadap perilaku merokok dikalangan remaja awal. Untuk mengetahui jawaban atas pertanyaan tersebut maka penulis mencoba melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Tayangan Iklan Rokok di Televisi terhadap Perilaku Merokok Remaja SMA Di SMA Negeri 3 Tualang.”**

B. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalah pahaman dalam memahami judul penelitian ini, maka penulis perlu menjelaskan istilah yang digunakan supaya tidak menimbulkan penafsiran yang beragam.

1. Pengaruh

Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan, pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap, dan tingkah laku seseorang. Karena itu pengaruh juga bisa diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan.²¹ Yang dimaksud dari pengaruh tersebut adalah apa yang mereka pikirkan terhadap sesuatu yang mereka lihat dapat berpengaruh baik secara Positif maupun Negatif.

2. Periklana

Periklanan adalah segala bentuk penyajian dan promosi ide, barang, atau jasa secara non-personal oleh suatu sponsor tertentu yang memerlukan pembayaran. Iklan hanyalah salah satu contoh untuk mengenalkan produk atau jasa yang ingin dipasarkan kepada pasar

²¹Cangara, Hafied . *Pengantar ilmu komunikasi*. Jakarta. RajaGrafindo Persada. 2002

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sasaran. Namun iklan sangat berperan penting dalam dunia pemasaran. Tujuan Untuk Inovasi iklan sangat tergantung dari setiap perusahaan, baik untuk menginformasikan, membujuk, atau mengingatkan.²² Adapun yang dimaksud oleh periklanan tersebut, mereka memasarkan atau mempromosi suatu produk mereka untuk menarik kostumer agar mengenali produk mereka.

3. Perilaku Merokok

Perilaku merokok adalah suatu kegiatan atau aktivitas membakar rokok dan kemudian menghisapnya dan menghembusnya keluar dan dapat menimbulkan asap yang dapat terhisap oleh orang-orang sekitar.²³ Yang dimaksud ini adalah perilaku remaja laki-laki yang mengisap rokok dihadapan masyarakat langsung, baik itu teman maupun orangtua nya.

4. Remaja

Remaja adalah suatu usia dimana individu menjadi terintegrasi kedalam masyarakat dewasa, suatu usia dimana anak tidak merasa bahwa dirinya berada dibawah tingkat orang yang lebih tua melainkan merasa sama, atau paling tidak sejajar.²⁴ Remaja yang dimaksud adalah remaja yang masih mencari jati diri yang usianya 15-21 tahun.

5. SMA Negeri 3 Tualang

SMA Negeri 3 Tualang, merupakan salah satu SMA yang berada di Kecamatan Tualang yang terletak di Bunut Pinang Sebatang Timur, Kabupaten Siak.

C. Permasalahan

1. Identitas Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan gejala gejala yang dikemukakan diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut.

²²Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jilid 2. Edisi ke enam. Jakarta : Erlangga 1998. Hal 280

²³Fajarjuliansyah, *Perilaku Merokok Pada Remaja* (www.e-psikologi.com) di akses April 2015

²⁴Muhammad Ali,dkk, *Psikologi Remaja* (Jakarta PT Bmi Aksara, 2006) hal 9

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Bagaimana perilaku merokok remaja SMA Negeri 3 Tualang ?
- b. Bagaimana pengaruh iklan rokok di televisi terhadap perilaku merokok remaja SMA Negeri 3 Tualang?
- c. Apakah ada pengaruh iklan rokok di televisi terhadap perilaku merokok remaja SMA Negeri 3 tualang?
- d. Faktor-faktor apa yang mempengaruhi remaja SMA Negeri 3 Tualang dalam berperilaku merokok?

2. Batas Masalah

Karna semakin banyaknya variabel yang mempengaruhi perilaku merokok, maka akan memperoleh dalam dalam pengumpulan data dan keterbatasan dalam berfikir dibutuhkan adanya pembatasan masalah.

Dalam pembahasan masalah ini dibatsi pada faktor :

- a. Pengamatan dan penelitian proposal ini terbatas pada remaja SMA Negeri 3 Tualang yang pernah merokok dan pernah melihat iklan rokok.
- b. Sesuai dengan judul, maka permasalahan yang terkait dengan pengaruh iklan rokok di televisi terhadap perilaku merokok pada remaja SMA Negeri 3 Tualang.

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka penelitian ini akan mengkaji permasalahan sebagai berikut: “bagaimana pengaruh tayangan iklan rokok ditelevisi terhadap perilaku merokok remaja di SMA Negeri 3 Tualang ?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh iklan rokok di televisi terhadap perilaku merokok remaja SMA Negeri 3 Tualang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Untuk mengetahui kuat atau lemahnya hubungan iklan rokok di televisi terhadap perilaku merokok remaja SMA Negeri 3 Tualang.

2. Kegunaan Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

- a. Bagi Penulis

Merupakan kesempatan untuk menerapkan disiplin ilmu yang didapat dari bangku kuliah dan menambah wawasan tentang masalah yang terjadi secara nyata disuatu lingkungan tertentu, khususnya masalah yang berhubungan dengan periklanan.

- b. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan referensi dan perbandingan bagi teman-teman mahasiswa lainnya yang akan melakukan penelitian yang sama di masa yang akan datang.

- c. Bagi Masyarakat

Inti dari penelitian ini adalah untuk mengetahui keberagaman efek yang ditimbulkan dari setia orang terhadap media. Dengan adanya penelitian ini kita dapat mengetahui apakah efek yang ditimbulkan dari tayangan iklan rokok di televisi terhadap perilaku merokok tepatnya pada remaja.

E. Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

Pendahuluan terdiri dari latar belakang masalah, penegasan istilah, permasalahan, tujuan dan kegunaan penelitian, dan sistematis penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Tujuan pustaka terdiri dari teori, kajian terdahulu, definisi konseptual atau operasionalisasi variabel dan hipotesis.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bagian ini menjelaskan jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data uji validitas data dan teknik analisis data.

BAB IV: GAMBARAN UMUM

Pada gambaran umum ini menjelaskan lokasi penelitian yang terdiri dari sejarah berdiri SMA Negeri 3 Tualang, Visi dan Misi, dan tujuan didirikan SMA Negeri 3 Tualang.

BAB V: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang hasil penelitian dan pembahasan.

BAB VI: PENUTUP

Pada bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran. Kesimpulan diperoleh dari hasil penelitian berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian. Bab ini juga berisikan saran-saran penulisan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Teori

Pembahasan teori ini bertujuan memaparkan dan menjelaskan konsep-konsep teori yang berhubungan dengan permasalahan dalam penelitian. Konsep merupakan sejumlah ciri atau standar umum suatu objek.

1. Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*).²⁵ komunikasi massa kriterianya menggunakan media sebagai alat penyampaian pesan yang disebut juga dengan media massa. Ciri-ciri komunikasi massa.²⁶

1. Komunikator dalam komunikasi lembaga

Komunikator dalam komunikasi massa itu bukan satu orang, tetapi kumpulan orang-orang. Artinya, gabungan antara berbagai macam unsur dan bekerja satu sama lain dalam sebuah lembaga. Lembaga yang dimaksud disini menyerupai sebuah sistem. Sebagaimana kita ketahui sistem adalah kelompok orang, menyimpan, menuangkan ide, gagasan simbol, lembaga yang menjadi pesan dalam membuat keputusan untuk mencapai suatu kesepakatan dan saling pengertian satu sama lain dengan mengolah pesan itu menjadi sumber informasi. Komunikator dalam komunikasi massa itu lembaga disebabkan elemen utama komunikasi massa adalah media massa.

c. Komunikasi dalam komunikasi massa bersifat heterogen

Komunikasi dalam komunikasi massa sifat heterogen atau beragam. Artinya, penonton televisi itu beragam pendidikan, umur,

²⁵Elivinarno ardianto dkk. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Bandung, Simbiosis Rekatama Media, 2007. Hlm 3

²⁶*Ibid. Hl, 7*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

jenis kelamin, status sosial, ekonomi, punya jabatan yang beragam, punya agama atau kepercayaan yang tidak sama pula.

d. Pesannya bersifat umum

Pesan-pesan dalam komunikasi massa itu tidak ditujukan kepada satu orang atau satu kelompok masyarakat tertentu. Dengan kata lain, pesan-pesan yang dikemukakannya pun tidak boleh bersifat khusus. Artinya, pesan itu tidak sengaja untuk golongan tertentu. Meskipun dalam televisi ada program acara yang dikhususkan pada kalangan tertentu tetapi televisi perlu menyediakan acara lain yang sifatnya lebih umum. Ini penting agar televisi tidak kehilangan ciri khasnya sebagai seluruh komunikasi massa.

2. Pengaruh

a. Defenisi Pengaruh

Menurut Defleur dari penelitian Mufrika pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang difikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan, pengaruh ini bisa saja terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang. Karena itu pengaruh juga dapat diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan.²⁷

Dari segi pengaruh ekonomi iklan sebagai transaksi atau peristiwa ekonomi yang mempengaruhi kehidupan ekonomi dalam masyarakat dan iklan layaknya kegiatan ekonomi lainnya, semacam jual beli barang. Peristiwa tersebut sudah mengidentifikasikan bahwa iklan merupakan kegiatan ekonomi.

Pengaruh psikologi, dan dampak psikologi iklan sangat beragam, meliputi aspek kognitif, afektif dan konatif, baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama.

Pada *clasiacal conditioning* dalam proses belajar perilaku, perilaku konsumen sangat ditentukan oleh kemampuan menyimpulkan

²⁷Cangara, H. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. hal 26

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berbagai stimulus yang mirip atau berbeda sehingga mempengaruhi perilaku. Sedangkan pada *operant* perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh penguatan yang diterima akibat perilaku yang sebelumnya. *Observational learning* adalah proses belajar yang dilakukan konsumen ketika ia mengamati tindakan dan perilaku orang lain dan konsekuensi dari perilaku tersebut. Seseorang yang cenderung meniru perilaku orang lain jika hal tersebut akan membawa dampak positif dan akan menghindari perilaku orang lain jika hal tersebut akan membawa dampak negatif pada dirinya. Seseorang memiliki alasan yang beragam mengapa mereka meniru perilaku orang lain. Orang tersebut mungkin dianggap sebagai model yang dikagumi, memiliki kecantikan dan kepandaian yang mengagumkan dan sebagainya.²⁸

Efek dari pesan yang telah disebarkan oleh komunikator yang melalui media massa timbul pada komunikan sebagai sasaran komunikasi. oleh karena itu efek yang melekat pada khalayak sebagai akibat dari perubahan psikologi.

Efek pesan media massa meliputi aspek kognitif, afektif dan behavioral. Efek kognitif terjadi apabila ada perubahan pada apa yang diketahui, difahami dan dipersepsi oleh khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan atau informasi. Efek efektif timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak. Efek ini ada hubungannya dengan emosi, sikap dan nilai. Efek behavioral yang merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola tindakan, kegiatan atau kebiasaan berperilaku.²⁹

Efek konatif atau behavioral tidak langsung timbul sebagai akibat terpaan media massa, melainkan didahului oleh efek kognatif dan efek afektif dengan kata lain, timbulnya efek konatif setelah muncul kognitif dan afektif.³⁰

²⁸Sumarwa, Ujang. *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. hal 115

²⁹Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, Bandung. PT. Remaja Rosdakarya 2004. hal 219

³⁰Effendy, *Ilmu Teori Dan Filsafat Komunikasi*. Bandung PT Citra Aditya Bakti 2003.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 2.1
Model Inovasi – Adopsi

Tingkat Kognitif	Kesadaran
Tingkat Efektif	Tertarik Evakuasi
Tingkat Behavioral (keprilakuan)	Modal Adopsi

3. Periklanan

a. Definisi Periklanan

Periklanan adalah segala bentuk penyajian dan promosi ide, barang, atau jasa secara non-personal oleh suatu sponsor tertentu yang memerlukan pembayaran. Iklan hanyalah salah satu contoh untuk mengenalkan produk atau jasa yang ingin dipasarkan kepada pasar sasaran. Namun iklan sangat berperan penting dalam dunia pemasaran. Tujuan Untuk Inovasi iklan sangat tergantung dari setiap perusahaan, baik untuk menginformasikan, membujuk, atau mengingatkan.³¹

Swastha mengemukakan dalam Angipora Periklanan adalah komunikasi non-individu dengan sejumlah biaya dengan berbagai media yang dilakukan oleh perusahaan, lembaga non-laba, serta individu-individu. Hampir di setiap tempat terdapat iklan, itulah gambaran saking banyaknya iklan yang muncul di media massa. Iklan sekarang sudah memasyarakat, bahkan cenderung membius. Jika melihat pengaruhnya, dampak iklan itu sendiri bisa positif maupun negatif tergantung siapa audiensnya. Begitu juga dengan iklan rokok dapat mempengaruhi perilaku remaja awal untuk merokok.³²

Pengaruh iklan pada perilaku ini sangat variatif, mulai dari mendorong konsumen untuk mencari produk yang dimaksud sampai dengan mendorong orang yang sebelumnya tidak loyal menjadi loyal. Jika dilihat dari sisi umur responden, anak muda atau remaja gampang

³¹Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan, Implementasi, Dan Pengendalian*. Jilid 2. Edisi ke enam. Jakarta :1998 Erlangga. Hal 280

³²Angipora, Marius P. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi kedua. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada. Hal 344

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terpengaruh iklan. Periklanan merupakan salah satu dari empat alat penting yang digunakan oleh perusahaan untuk melancarkan komunikasi yang meyakinkan kepada sasaran pembeli dan publik. Periklanan terdiri dari bentuk-bentuk komunikasi non-personal yang dilakukan lewat media bayaran dengan sponsor yang jelas.³³

b. Tujuan Periklanan

Tujuan periklanan yang utama adalah menjual atau meningkatkan penjualan barang, jasa, atau ide. Adanya kegiatan periklanan sering mengakibatkan terjadinya penjualan dengan segera meskipun banyak juga penjualan yang baru terjadi pada waktu mendatang. Dari segi lain periklanan yang riil adalah mengadakan komunikasi secara efektif.

Pemasaran bertujuan memberitahu serta memberi petunjuk kepada pembeli potensial dan untuk meningkatkan penjualan. Dalam periklanan diusahakan agar dapat menarik perhatian, minat, keinginan, keyakinan serta menimbulkan tindakan membeli dengan memanfaatkan media yang tersedia seperti televisi, radio, koran, majalah, dan lain sebagainya.³⁴

c. Fungsi Periklanan

Menurut Angipora Fungsi-fungsi dari periklanan antara lain :

- 1) Membantu dalam memperkenalkan barang baru dan kepada siapa atau di mana barang itu dapat diperoleh.
- 2) Membantu dan mempermudah penjualan yang dilakukan oleh para penyalur.
- 3) Membantu salesman dalam mengenalkan adanya barang tertentu dan pembuatannya.
- 4) Memberikan keterangan kepada pembeli atau calon-calon pembeli.
- 5) Membantu mereka yang melakukan penjualan.
- 6) Membantu ekspansi pasar

³³Kotler, Philip. 1988. *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan, Implementasi, Dan Pengendalian*. Jilid 2. Edisi ke enam. Jakarta : Erlangga. Hal 279

³⁴Angipora, Marius P.. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi kedua. Jakarta : PT.RajaGrafindo Persada, 2002. Hal 333

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Televisi Sebagai Salah Satu Media Periklanan

Iklan melalui televisi mempunyai dua segmen dasar yaitu penglihatan (visual) dan (audio), misalnya kata-kata, musik, atau suara lain. Proses penciptaannya biasa dimulai dengan gambar karena televisi lebih unggul didalam teknik gambarnya yang dapat bergerak. Disamping itu kata-kata dan suara juga harus diperhatikan. Bentuk-bentuk iklan televisi sangat tergantung pada bentuk siarannya, apakah merupakan bagian dari suatu kongsi, jaringan, kabel, atau bentuk lainnya.

Mufrifka mengemukakan penelitiannya dalam uraian Effendi bahwa, “televisi berasal dari kata *tele* yang berarti jauh dan *vision* yang berarti penglihatan. Dimana sisi jauh dalam hal ini dilihat dari prinsip radio dan sisi penglihatan dilihat dari prinsip gambar”. Dengan demikian, “televisi merupakan perpaduan antara radio (*broadcast*) dan film (*moving picture*). Para audiens tidak akan dapat menangkap siaran televisi apabila tidak ada unsure-unsur dalam radio dan tidak akan dapat melihat gambar yang disajikan jika tidak terdapat unsur-unsur film”.³⁵

Sebagaimana yang telah di paparkan oleh Mufrifka dalam uraian Effendi bahwa Televisi mempunyai daya tarik kuat yang disebabkan unsur kata-kata, musik, sound *effect* dan unsur visual berupa gambar hidup yang mampu menimbulkan kesan yang mendalam pada penonton. Dayatarik ini selain melebihi radio juga melebihi film bioskop, sebab segalanya dapat dinikmati di rumah dengan aman dan nyaman, sedangkan pesawat yang kecil mungil itu dapat menghadirkan selain film juga program menarik lainnya.³⁶

Televisi digunakan sebagai media untuk melakukan kegiatan iklan, karena media itu sangat digemari masyarakat untuk ditonton dengan populasi dan pemirsa yang sangat banyak. Para pemirsa dapat menonton siaran-siaran televisi sambil melakukan berbagai kegiatan lain yang tidak

³⁵Mufrifka, 2010 *pengaruh iklan rokok di media televisi terhadap perilaku merokok remaja awal (studi terhadap siswa smp negeri 2 dayun kabupaten siak)* uin sultan syariif kasim Riau) hal 25

³⁶*Ibid*, hal 25

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perlu ditinggalkan. Menurut Marius P. Angipora Bentuk-bentuk iklan televisi sangat tergantung pada bentuk siarannya, apakah merupakan bagian dari suatu kongsi, jaringan, lokal, kabel, atau bentuk lainnya. bentuk-bentuk iklan televisi tersebut antara lain adalah:

- a. Persponsoran,

Merupakan iklan yang penayangannya dan pembuatannya dilakukan atas biaya sponsor atau pengiklan.

- b. Partisipasi

Merupakan cara pengiklan dengan menyisipkan iklannya diantara suatu atau beberapa acara (*spot*). Dalam hal ini pengiklan membeli waktu yang tersedia baik untuk acara yang tetap atau tidak tetap. Tarif iklan pada acara favorit biasanya lebih mahal.

- c. Iklan Pergantian Acara (*Spot Announcement*)

Merupakan pemasangan iklan yang dilakukan pada saat terjadi pergantian acara ditelevisi.

- d. Iklan Layanan Masyarakat (*Public Service Announcement*)

Iklan ini biasanya dibuat atas dasar permintaan pemerintah atau suatu lembaga swadaya masyarakat yang biasanya berisi himbauan kepada masyarakat.³⁷

5. Iklan Rokok di Televisi

Media televisi dengan keunggulan daya jangkauannya yang luas, serta tampil dalam bentuk *audio* dan *visual*, televisi telah menjadi media pilihan utama para produsen rokok untuk mempromosikan produknya. Strategi komunikasi kreatif iklan rokok tersebut sebagian besar telah menggunakan *slice or life*, *story line* dan *close-up*. Strategi *slce or life* memanfaatkan pelanggan dari kehidupan sehari-hari dalam bersosialisasi dengan masyarakat lain. Strategi *storry line* dipakai untuk membuat semua khalayak, tertarik mengikuti alur cerita iklan, yang pada umumnya menarik, seperti pengenalan film pendek. Strategi *close-up* dipakai dalam

³⁷ Angipora, Marius P. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi kedua. (Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada). Hal 236

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

iklan rokok untuk menunjukkan kejelasan ekspresi pemeran iklan. Ketiga strategi komunikasi dalam penyampaian pesan tersebut saling mendukung dan menciptakan iklan yang menarik, kreatif, dan sesuai dan khalayak sasarannya.³⁸

Pasal 1 Peraturan Pemerintah Nomor 109 Tahun 2012 Tentang Pengamanan Bahaya Yang Mengandung Zat Adaktif Berupa Produk Tembakau Bagi Kesehatan Yang Dimaksud “iklan niaga produk tembakau yang selanjutnya disebut iklan produk tembakau, adalah iklan komersial dengan tujuan memperkenalkan dan/atau masyarakatkan barang kepada khalayak sasaran atau mempengaruhi konsumen agar menggunakan produk tembakau yang ditawarkan. Produk tembakau adalah suatu produk yang secara keseluruhan atau sebagian tersebut dari daun tembakau sebagai bahan bakunya, yang diolah untuk digunakan dengan cara dibakar, dihisap, dan dihirup atau kunyah.

Adanya peraturan dalam menyampaikan pesan iklan seperti halnya PP Nomor 109 Tahun 2012 Tentang Pengamanan Bahan Yang Mengandung Zat Adaktif Berupa Produk Tembakau Bagi Kesehatan. Tayangan iklan rokok di televisi dilarang memvisualisasikan wujud dan bungkus rokok serta tidak boleh mengajak khalayak untuk merokok merupakan peraturan yang cukup berat. Ditambah aturan jam tayang iklan yang dimulai dari pukul 21.30 hingga 05.00 waktu setempat cukup menyulitkan, munculnya tantangan tersendiri bagi kreator iklan untuk mencari suatu strategi komunikasi.

6. Perilaku Merokok

a. Definisi Perilaku Merokok

Beragam-macam bentuk perilaku yang dilakukan manusia dalam menanggapi stimulus yang diterimanya, salah satu bentuk perilaku manusia yang dapat diamati adalah perilaku merokok. Merokok telah banyak dilakukan pada zaman Tiongkok kuno dan Romawi, pada

³⁸Wahyu Bahtiar Rifa, *Jurnal Analisis Yuridis Terhadap Tayangan Iklan Rokok Di Televisi Indonesia, Program Studi Ilmu Hukum Universitas Negeri Semarang 2017*, hal 49-50 (diakses tanggal 26 september 2019)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

saat itu orang sudah menggunakan suatu ramuan yang mengeluarkan asap dan menimbulkan kenikmatan dengan jalan dihisap melalui hidung dan mulut.³⁹ Danusanto mengatan bahwa asap rokok selain merugikan diri sendiri juga merugikan orang disekitarnya.⁴⁰

Perilaku merokok adalah sesuatu yang dilakukan seseorang membakar dan menghisapnya serta dapat menimbulkan asap yang terisap oleh orang-orang disekitarnya.⁴¹ Sedangkan menurut Aritonang dalam penelitian Sulistyio merokok adalah perilaku yang kompleks, karena merupakan hasil interaksi dari aspek kognitif, kondisi psikologi, dan keadaan fisiologi.⁴²

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku merokok adalah suatu kegiatan membakar rokok, yang kemudian menghisapnya dan kemudian menghembuskan asapnya keluar dan dapat terisap oleh orang-orang sekitar yang merupakan interaksi dengan lingkungan yang berkaitan dengan rokok dan merokok.

1. Tipe-tipe perilaku merokok

Menurut Silvan & Toms skin dalam jurnal perilaku merokok pada remaja ada 4 (empat) tipe perilaku merokok, keempat tipe tersebut adalah:

- a) Tipe perokok yang dipengaruhi oleh perilaku merokok.
 - 1) *Pleasure relaxtion*, perilaku merokok hanya menambah atau meningkatkan kenikmatan yang sudah didapat, misalnya merokok setelah minum kopi atau makan.
 - 2) *Simulation to pick them cigaratte*. Perilaku merokok hanya dilakukan sekedar untuk menyenangkan perasaan.

³⁹Danusantosa, H. *Rokok Dan Perokok*. Jakarta Aksara

⁴⁰Danusantosa, H. *Rokok dan Perokok*. Jakarta Aksara

⁴¹Nasution, I.K *Perilaku Merokok Remaja*. Jurnal,(Medan: Fak.Kedokteran Univ. Sumatera Utara),88

⁴²Sulistyio, K.T. *Hubungan Antara Stres dengan Perilaku Merokok Pada Mahasiswa*.Skripsi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang, 98

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3) *Pleasure of headling the cigarette*. Kenikmtan yang diperoleh dari memegang rokok.

- b) Perilaku merokok yang dipengaruhi perasaan negatif.

Banyak yang merokok mengurangi perasaan negatif dalam dirinya. Misalnya merokok bila marah, emas gelisah, rokok dianggap sebagai penyelamat. Mereka menggunakan rokok bila perasaan tidak enak terjadi, sehingga terhindar dari perasaan tidak enak terjadi.

- c) Perilaku merokok yang adiktif

Perokok yang sudah adikif, maka akan menambah dosis rokok yang digunakan setiap saat setelah efek dari rokok yang dihisapnya berkurang.

- d) Perilaku merokok yang sudah menjadi kebiasaan

Mereka menggunakan rokok bukan sama sekali bukan karena untuk mengendalikan perasaan mereka, tetapi karena sudah menjadi kebiasaan.

7. Tahap-tahap Perilaku Merokok

Leventhal dan Pitaloka dalam Oskamp mengemukakan empat tahap dalam perilaku merokok, yaitu :

- a. Tahap *Preparoty*

Seseorang mendapatkan gambaran yang menyenangkan mengenai merokok dengan cara mendengarkan, melihat, atau dari hasil bacaan, sehingga menimbulkan niat merokok.

- b. Tahap *Initiation*

Tahap perintis merokok, yaitu tahap apakah seseorang akan merusak atau tidak tahap perilaku merokok.

- c. Tahap *Becoming A Smoker*

Apabila seseorang telah mengkonsumsi rokok sebanyak empat batang sehari maka mempunyai kecenderungan menjadi perokok.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

d. Tahap *maintaining of Smoking*

Pada tahap ini sudah merokok sudah menjadi bagian salah satu dari cara pengaturan dari (*self regulating*). Merokok dilakukan untuk memperoleh efek yang menyenangkan.⁴³

8. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Merokok

Hana Sarina mengemukakan menurut Komalasari dan Helmi, perilaku merokok selain disebabkan dari faktor dalam diri (internal) juga disebabkan faktor dari lingkungan (eksternal).⁴⁴

1. Faktor Diri (Internal)

Orang mencoba untuk merokok karena alasan ingin tahu atau ingin melepaskan diri dari rasa sakit dan kebosanan. Merokok juga memberi *image* bahwa merokok dapat menunjukkan kejantanan (kebanggaan diri) dan menunjukkan kedewasaan. Individu juga merokok dengan alasan sebagai alat menghilangkan stres.

2. Faktor Lingkungan (Eksternal)

Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap perilaku merokok remaja adalah keluarga atau orang tua, saudara kandung maupun teman sebaya yang merokok, dan iklan rokok.

1) Dukungan Orang Tua

Perilaku remaja memang sangat menarik dan gaya mereka pun bermacam-macam. Ada yang atraktif, lincah, modis, agresif dan kreatif dalam hal-hal yang berguna, namun ada juga remaja yang suka hura-hura bahkan mengacau. Pada masa remaja, remaja memulai berjuang melepas ketergantungan kepada orang tua dan berusaha mencapai kemandirian sehingga dapat diterima dan diakui sebagai orang dewasa. Pada masa ini hubungan keluarga yang dulu sangat erat sekarang tampak terpecah. Orang tua sangat berperan pada masa remaja, salah satunya adalah pola asuh

⁴³Oskamp.sutuard.1984 *Applied Social Psychology*, New jersey, Prentice Hall (skripsi psikologi universitas sumatera utara)

⁴⁴Komlaasari, D & Helmi, A.F., 2000. *Jurnal Faktor-faktor Penyebab Perilaku Merokok Pada Remaja Jurnal Psikologi*. Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

keluarga akan sangat berpengaruh pada perilaku remaja. Pola asuh keluarga yang kurang baik akan menimbulkan perilaku yang menyimpang seperti merokok, minum-minuman keras, menggunakan obat-obat terlarang dan lain-lain.

2) Teman Sebaya

Pengaruh kelompok sebaya terhadap perilaku beresiko kesehatan pada remaja dapat terjadi melalui mekanisme *peer socialization*, dengan arah pengaruh berasal kelompok sebaya, artinya ketika remaja bergabung dengan kelompok sebayanya maka seorang remaja akan dituntut untuk berperilaku sama dengan kelompoknya, sesuai dengan norma yang dikembangkan oleh kelompok tersebut.

Remaja pada umumnya bergaul dengan sesama mereka, karakteristik persahabatan remaja dipengaruhi oleh kesamaan: usia, jenis kelamin dan ras. Kesamaan dalam menggunakan obat-obatan, merokok sangat berpengaruh kuat dalam pemilihan teman.

3) Iklan Rokok

Banyaknya iklan rokok di media cetak, elektronik, dan media luar ruang telah mendorong rasa ingin tahu remaja tentang produk rokok. Iklan rokok mempunyai tujuan mensponsori hiburan bukan untuk menjual rokok, dengan tujuan untuk mengumpulkan kalangan muda yang belum merokok untuk mencoba merokok dan setelah mencoba merokok akan terus berkelanjutan sampai ketagihan.⁴⁵

Menurut Hansen dalam Wismanto dan Budi⁴⁶, mengungkapkan bahwa faktor yang mempengaruhi perilaku merokok yaitu:

⁴⁵Nana Sarina, 2014 *Hubungan antara dukungan orang tua, teman sebaya dan iklan merokok dengan perilaku merokok pada siswa sma negeri 1 samatiga aceh barat*, Universitas Teuku Umar

⁴⁶Wismanto. Y.B. & B. Sarwo 2007. *Strategi Penghentian Perilaku Merokok*. Universitas KarolikSoegijapranata. Semarang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1) Faktor Psikologis

Individu merokok untuk mendapatkan kesenangan, kenyamanan, merasa lepas dari kegelisahan dan juga untuk mendapatkan rasa percaya diri. Oleh karena itu individu perokok yang bergaul dengan perokok lebih sulit untuk berhenti merokok, daripada perokok yang bergaul atau lingkungan sosialnya menolak perilaku merokok.

2) Faktor Biologis

Banyak penelitian yang menyatakan bahwa semakin tinggi kadar nikotin dalam darah, maka semakin besar pula ketergantungan seorang terhadap rokok.

Menurut Baradja, mengungkapkan faktor-faktor penyebab merokok dapat dibagi dalam beberapa golongan sekalipun sesungguhnya faktor-faktor itu saling berkaitan satu sama lain :

1) Faktor Genetik

Beberapa studi menyebut faktor genetik sebagai penentu dalam timbulnya perilaku merokok dan bahwa kecenderungan menderita kanker, serta tendensi untuk merokok adalah faktor yang diwarisi bersama-sama. Studi menggunakan pasangan kembar membuktikan adanya pengaruh genetik, karena kembar identik, walaupun dibesarkan terpisah, akan memiliki pola kebiasaan merokok yang sama bila dibandingkan dengan kembar non-identik. Akan tetapi secara umum, faktor genetik ini kurang berarti bila dibandingkan dengan faktor lingkungan dalam menentukan perilaku merokok yang akan timbul.

2) Faktor Kepribadian (*personality*)

Banyak peneliti mencoba menetapkan tipe kepribadian perokok. Tetapi studi statistik tidak dapat memberi perbedaan yang cukup besar antara pribadi orang yang merokok dan yang tidak. Oleh karena itu tes-tes kepribadian kurang bermanfaat dalam memprediksi apakah seseorang akan menjadi perokok. Lebih

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bermanfaat adalah pengamatan dan studi observasi dilapangan. Anak sekolah yang merokok menganggap dirinya, seperti orang lain juga memandang dirinya, sebagai orang yang kurang sukses dalam pendidikan. Mereka biasanya memiliki prestasi akademik kurang, tanpa minat belajar dan kurang patuh pada otoritas. Asosiasi ini sudah secara konsisten ditemukan sejak permulaan abad ini. Dibandingkan dengan yang tidak merokok, mereka lebih impulsif, haus sensasi, gemar menempuh bahaya dan risiko dan berani melawan penguasa. Mereka minum teh dan kopi dan sering juga menggunakan obat termasuk alkohol. Mereka lebih mudah bercerai, beralih pekerjaan, mendapat kecelakaan lalu lintas, dan enggan mengenakan ikat pinggang keselamatan dalam mobil. Banyak dari perilaku ini sesuai dengan sifat kepribadian *extrovert* dan antisosial yang sudah terbukti berhubungan dengan kebiasaan merokok.

3) Faktor Kejiwaan (*psikodinamik*)

Dua teori yang paling masuk akal adalah bahwa merokok itu adalah suatu kegiatan kompensasi dari kehilangan kenikmatan oral yang dini atau adanya suatu rasa rendah diri yang tak nyata. Ahli lainnya berpendapat bahwa merokok adalah semacam pemuasan kebutuhan oral yang tidak dipenuhi semasa bayi. Kegiatan ini biasanya dilakukan sebagai pengganti merokok pada mereka yang sedang mencoba berhenti merokok.

4) Faktor Sensorimotorik

Buat sebagian perokok, kegiatan merokok itu sendirilah yang membentuk kebiasaan tersebut, bukan efek psikososial atau farmakologiknya. Sosok sebungkus rokok, membukanya, mengambil dan memegang sebatang rokok, menyalakannya, mengisap, mengeluarkan sambil mengamati asap rokok, aroma, rasa dan juga bunyinya semua berperan dalam terciptanya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kebiasaan ini. Dalam suatu penelitian ternyata lebih dari 11 persen menganggap aspek-aspek ini penting buat mereka

5) Faktor Farmakologis

Nikotin mencapai otak dalam waktu singkat, mungkin pada menit pertama sejak dihisap. Cara kerja bahan ini sangat kompleks. Pada dosis sama dengan yang didalam rokok, bahan ini dapat menimbulkan stimulasi dan rangsangan di satu sisi tetapi juga relaksasi di sisi lainnya. Efek ini tergantung bukan saja pada dosis dan kondisi tubuh seseorang, tetapi juga pada suasana hati (*mood*) dan situasi. Oleh karena itu bila kita sedang marah atau takut, efeknya adalah menenangkan. Tetapi dalam keadaan lelah atau bosan, bahan itu akan merangsang dan memacu semangat. Dalam pengertian ini nikotin berfungsi untuk menjaga keseimbangan *mood* dalam situasi stress.⁴⁷

9. Dampak Perilaku Merokok

Dampak perilaku merokok terbagi dua, yaitu:

a. Dampak Positif

Perokok menyebutkan dengan merokok dapat menghasilkan *mood* positif dan dapat membuat individu menghadapi keadaan-keadaan yang sulit seperti mengarungi keterangan, membantu, berkonsentrasi, dukungan sosial dan menyenangkan.

b. Dampak Negatif

Merokok dapat menimbulkan sebagai dampak negatif yang sangat berpengaruh bagi kesehatan. Merokok bukanlah penyebab suatu penyakit, tetapi dapat memicu suatu jenis penyakit sehingga boleh dikatakan merokok tidak menyebabkan kematian, tetapi dapat mendorong munculnya jenis penyakit yang dapat mengakibatkan kematian. Berbagai penyakit yang dipicu karena merokok.⁴⁸

⁴⁷Baradja.F. *Pelajaran Jangan Mencoba Merokok*. Pelita. Jakarta 2008

⁴⁸Indri Kemala Nasution, *Perilaku Merokok pada Remaja*, hal 13

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

10. Defenisi Remaja

a. Pengetian remaja

Masa remaja (*adolescence*) adalah merupakan masa yang sangat penting dalam rangka kehidupan manusia, merupakan masa transisi atau peralihan dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa. Ada beberapa pengertian menurut para ahli seperti: Elizabeth B Hhurlock istilah *adolescence* yang berarti remaja yang berarti “tumbu” tau “tumbuh menjadi dewasa” bangsa orang zaman-zaman purbakala memandang masa puber dan masa remaja tidak berbeda dengan periode-periode lain dalam rentang kehidupan anak dianggap sudah dewasa apabila sudah mampu mengadakan reproduksi.

Istilah *adolescence* yang dipergunakan saat ini, mempunyai arti yang sangat luas, yakni mencakup kematangan mental, sosial emosional, pandangan ini diungkapkan oleh piaget dengan mengatakan, seara psikologi, masa remaja adalah usia dimana individu berinteraksi dengan masyarakat dewasa, usia dimana anak tidak lagi merasa dibawah tingkat orang-orang yang lebih tua melainkan berada dalam tingkatan yang sama, sekurang-kurangnya dalam masalah integrasi dalam masyarakat (dewasa) mempunyai aspek efektif kurang lebih berhubungan dengan masa puber, termasuk juga perubahan intelektual yang mencolok. Transformasi intelektual yang khas dari cara berfikir remaja ini memungkinkannya untuk mencapai integrasi dalam hubungan sosial orang dewasa, yang nyataannya merupakan ciri khas yang umum dari periode perkembangan ini⁴⁹

Hal senada juga dikemukakan oleh Jhon W Santrock, masa remaja (*adolescence*) ialah periode perkembangan transisi dari masa kanak-kanak hingga masa dewasa yang mencakup perubahan-perubahan biologis, kognitif dan sosial emosional.⁵⁰

⁴⁹ Elizabeth B Harlock, *Psikologi Perkembangan* (Jakarta: Erlangga, 2003) hal 206

⁵⁰ Jhon W, Starlock, *Adolescence Perkembangan Remaja* (Jakarta: Erlangga, 2002) hlm

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Begitu juga pendapat dari WHO (*World Health Organization*) 1974 remaja adalah suatu masa dimana individu berkembang dari saat pertama kali ia menunjukkan tanda-tanda seksualitas sampai saat ini mencapai kematangan seksualitasnya, individu mengalami perkembangan psikologi dan polaidentifikasi dari kanak-kanak menjadi dewasa, dan terjadi peralihan dari ketergantungan sosial yang penuh, kepada keadaan yang relative lebih mandiri.⁵¹

Maka setelah memahami dari beberapa teori diatas yang dimaksud dengan masa remaja adalah suatu masa perlahan dari masa kanak-kanak menuju ke masa remaja, dengan ditandai individu telah mengalami perkembangan perkembangan atau pertumbuhan pertumbuhan yang sangat pesat disegala bidang, yang meliputi dari perubahan-perubahan fisik yang menunjukkan kematangan organ reproduksi serta optimal fungsional organ organ lainnya. Selanjutnya perkembangan kognitif yang menunjukkan cara berfikir remaja, serta pertumbuhan sosial emosional remaja, dan seluruh perkembangan-perkembangan lainnya yang dialami sebagai masa persiapan untuk memasuki masa dewasa. Untuk memasuki tahap dewasa, perkembangan remaja banyak faktor-faktor yang harus diperhatikan selama pertumbuhan diantaranya, hubungan antara orang tuanya, hubungan antara teman sebayanya, hubungan dengan kondisi lingkungannya, serta pengetahuan kognitif.

b. Tahun-tahun masa remaja

Batas usia remaja menurut Hurlock, awal masa remaja mulai umur 13-16 tahun atau 17 tahun, dan akhir masa remaja bermula dari 16-17 tahun sampai 18 tahun, yaitu usia matang secara hukum. Dengan demikian akhir remaja merupakan periode yang sangat singkat.⁵²

⁵¹ Sarwono Salito W, *Psikologi Remaja*, (Jakarta: Erlangga, 2004) hlm 9

⁵² Elizabeth B Harlock, *Psikologi Perkembangan* (Jakarta: Erlangga, 2003) hal 206

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Santrock, awal masa remaja dimulai usia 10-12 tahun, dan berakhir pada usia 21-22 tahun.⁵³

Secara umum menurut para tokoh-tokoh psikologi, remaja dibagi menjadi tiga fase batasan umur, yaitu:

- 1) Fase remaja awal dalam rentang usia dari 12-15 tahun.
- 2) Fase remaja madya dalam rentang usia dari 15-18 tahun.
- 3) Fase remaja akhir dalam rentang usia dari 18-21 tahun.

Maka dengan demikian dapat diketahui dari bagian-bagian usia pada remaja yang dapat dijelaskan sebagai berikut, usia 12-15 tahun termasuk bagian remaja awal, usia 15-18 tahun bagian remaja tengah, dan remaja akhir pada usia 18-21 tahun. Dengan mengetahui bagian-bagian usia remaja kita akan lebih mudah mengetahui remaja tersebut kedalam bagiannya, apakah termasuk remaja awal atau remaja tengah dan remaja akhir. Ciri-Ciri Masa Remaja adalah :

Masa remaja adalah suatu masa perubahan, pada masa ini terjadi perubahan-perubahan yang sangat pesat yakni baik secara fisik, maupun psikologis, ada beberapa perubahan yang terjadi selama masa remaja ini diantaranya:

- 1) Peningkatan emosional yang terjadi secara cepat pada remaja awal yang dikenal sebagai masa strong dan masa stress. Peningkatan emosional ini merupakan hasil dari perubahan fisik terutama hormon yang terjadi pada masa remaja. Dari segi kondisi sosial peningkatan emosi ini merupakan tanda bahwa remaja berada dalam kondisi baru, yang berbeda dari masa sebelumnya. Pada masa ini banyak tuntutan dan tekanan yang ditunjukkan pada remaja misalnya mereka di harapkan untuk tidak lagi bertingkah seperti anak-anak, mereka harus lebih mandiri dan tanggung jawab. Kemandirian dan tanggung jawab ini akan terbentuk seiring dengan berjalannya waktu, dan akan nampak

⁵³ Jhon W, Starlock, *Adolescence Perkembangan Remaja* (Jakarta: Erlangga, 2002) hlm

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

jelas pada remaja akhir yang dalam hal ini biasanya remaja sedang duduk di masa sekolah.

- b) Perubahan yang cepat secara fisik yang juga di sertai kematangan seksual.

Terkadang perubahan ini membuat remaja merasa tidak yakin akan diri dan kemampuan mereka sendiri. Perubahan fisik yang terjadi secara cepat baik perubahan internal maupun eksternal. Perubahan internal seperti sistem sirkulasi, pencernaan, dan sistem respirasi. Sedangkan perubahan eksternal seperti tinggi badan, berat badan, dan proporsi tubuh sangat berpengaruh terhadap konsep diri remaja.

- c) Perubahan yang menarik bagi dirinya dan hubungan dengan orang lain.

Selama masa remaja banyak hal-hal yang menarik bagi dirinya dibawa dari masa kanak-kanak digantikan dengan hal menarik yang baru dan lebih menantang. Hal ini juga dikarenakan adanya tanggung jawab yang lebih besar pada masa remaja, maka remaja diharapkan untuk dapat mengarahkan ketertarikan mereka pada hal-hal yang lebih penting. Perubahan juga terjadi dalam hubungan dengan orang lain. Remaja tidak lagi berhubungan dengan hanya dengan individu dari jenis kelamin yang sama, tetapi juga dengan lawan jenis, dan dengan orang dewasa.

- d) Perubahan nilai, dimana apa yang mereka anggap penting pada masa kanak-kanak menjadi kurang penting karena sudah mendekati masa dewasa.
- e) Kebanyakan remaja bersikap ambivalen dalam menghadapi perubahan yang terjadi, tetapi disisi lain mereka takut akan tanggung jawab yang menyertai kebebasan tersebut, serta meragukan kemampuan mereka sendiri untuk memikul tanggung jawab tersebut

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sedangkan menurut Hurlock, seperti halnya dengan semua periode-periode yang penting selama rentang kehidupan, masa remaja mempunyai ciri-ciri tertentu yang membedakannya dengan periode sebelumnya dan sesudahnya, ciri-ciri tersebut seperti:

- a. Masa remaja sebagai periode yang penting. Yaitu perubahan-perubahan yang dialami masa remaja akan memberikan dampak langsung pada individu yang bersangkutan dan akan mempengaruhi perkembangan selanjutnya.
- b. Masa remaja sebagai periode peralihan. Disini masa kanak-kanak dianggap belum dapat sebagai orang dewasa. Status remaja tidak jelas, keadaan ini memberi waktu padanya untuk mencoba gaya hidup yang berbeda dan menentukan pola perilaku, nilai dan sifat yang paling sesuai dengan dirinya.
- c. Masa remaja sebagai periode perubahan. Yaitu perubahan pada emosi perubahan tubuh, minat dan Pengaruh (menjadi remaja yang dewasa dan mandiri) perubahan pada nilai-nilai yang dianut, serta keinginan akan kebebasan.
- d. Masa remaja sebagai periode mencari Identitas. Diri yang di cari berupa usaha untuk menjelaskan siapa dirinya dan apa Pengaruhannya dalam masyarakat. Masa remaja sebagai periode usia yang menimbulkan ketakutan. Dikatakan demikian karena sulit diatur, cenderung berperilaku yang kurang baik. Hal ini yang membuat banyak orang tua yang menjadi takut.
- e. Masa remaja sebagai periode masa yang tidak realistis. Remaja cenderung memandang kehidupan dari kaca mata berwarna merah jambu, melihat dirinya sendirian orang lain sebagaimana yang diinginkan dan bukan sebagaimana adanya terlebih dalam cita-cita.
- f. Masa remaja sebagai periode Ambang masa dewasa. Remaja mengalami kebingungan atau kesulitan didalam usaha meninggalkan kebiasaan pada usia sebelumnya dan didalam memberikan kesan bahwa mereka hamper atau sudah dewasa, yaitu dengan merokok, minum-minuman keras menggunakan obat-obatan.⁵⁴

⁵⁴ Elizabet B Harlock, *Psikologi Perkembangan* (Jakarta: Erlangga, 2003) hlm 207-211

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dengan demikian, yang dimaksud dengan ciri-ciri remaja menurut para tokoh diatas, maka penulis dapat menjelaskan mengenai ciri-ciri remaja dengan uraian sebagai berikut. Remaja mempunyai ciri-ciri sebagai periode yang penting untuk perkembangan selanjutnya. Remaja akan merasakan masa sebagai masa peralihan yang ditandai dengan gaya hidup yang berbeda dari masa sebelumnya. Remaja akan melewati masa perubahan yang semula belum mandiri remaja akan cenderung lebih mandiri. Remaja akan melewati masa pencarian identitas untuk tentang siapa dirinya.

Ciri-ciri remaja selanjutnya yakni masa ketakutan disini remaja akan sulit diatur atau lebih sering berperilaku kurang baik. Remaja akan melewati masa tidak realistic dimana orang lain dianggap tidak sebagaimana dengan yang diinginkan dan yang terakhir yakni ciri sebagai ambang masa dewasa yang ditandai remaja masih kebingungan dengan kebiasaan-kebiasaan pada masa sebelumnya. Dengan mengetahui ciri-ciri tersebut maka kita akan lebih mengetahui dari perkembangan-perkembangan remaja.

B. Tugas -Tugas Masa Remaja

Perkembangan masa remaja difokuskan pada upaya meninggalkan sikap- sikap dan perilaku-perilaku kekanak-kanakan untuk mencapai kemampuan bersikap dan berperilaku dewasa. Adapun tugas-tugas pada perkembangan masa remaja menurut Elizabet B.Hurlock adalah sebagai berikut:

1. Mampu menerima keadaan fisiknya
2. Mampu menerima dan memahami Pengaruh seks usia dewasa.
3. Mampu membina hubungan baik dengan anggota kelompok yang berlainan jenis.
4. Mencapai kemandirian emosional.
5. Mencapai kemandirian ekonomi.
6. Mengembangkan konsep dan keterampilan intelektual yang sangat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- diperlukan untuk melakukan Pengaruh sebagai anggota masyarakat
7. Memahami dan menginternalisasikan nilai-nilai orang dewasa dan orang tua.
 8. Mengembangkan perilaku tanggung jawab sosial yang diperlukan untuk memasuki dunia dewasa.
 9. Mempersiapkan diri untuk memasuki perkawinan.
 10. Memahami dan mempersiapkan berbagai tanggung jawab kehidupan keluarga.⁵⁵

Hal senada juga di kemukakan tentang tugas-tugas remaja oleh *pikunas* dalam *William kay*, yaitu bahwa tugas perkembangan remaja adalah memperoleh kematangan moral, untuk membimbing perilakunya. Kematangan remaja belumlah sempurna, jika tidak memiliki kematangan moral yang dapat diterima secara universal. Selanjutnya, *William kay* mengemukakan tugas-tugas perkembangan remaja itu sebagai berikut:

1. Menerima fisiknya sendiri berikut beragaman kualitasnya.
2. Mencapai kemandirian emosional dari orang tua atau figur-figur yang mempunyai otoritas.
3. Mengembangkan komunikasi interpersonal dan belajar bergaul dengan teman sebaya atau orang lain, baik secara individual maupun kelompok.
4. Mampu meninggalkan reaksi dan penyesuaian diri (sikap/perilaku) kekanak-kanakan.
5. dll.

Sedangkan menurut Erikson menyatakan bahwa tugas utama masa remaja adalah memecahkan krisis identitas dengan kebingungan identitas, untuk dapat menjadi orang dewasa unik dengan pemahaman akan diri dan memahami. Pengaruh nilai-nilai dalam masyarakat “Krisis” identitas ini jarang teratasi pada masa remaja, berbagai isu berkaitan dengan keterpecahan identitas mengemuka dan kembali mengemuka sepanjang kehidupan masa dewasa.

⁵⁵ *Ibid, Hlm 211*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Maka dapat diketahui dari tugas-tugas perkembangan remaja yang harus dilewatinya. Dengan demikian apabila remaja dalam fase ini remaja gagal menjalankan tugasnya, maka remaja akan kehilangan arah, bagaikan kapal yang kehilangan kompas. Dampaknya mereka mungkin akan lebih cenderung mengembangkan perilaku-prilaku yang menyimpang atau yang biasa di kenal (*delinquency*), dan melakukan kriminalitas.⁵⁶

1. Individual Difference Theory

Individual difference theory (teori perbeaan individu) adalah teori yang dikeuarkan oleh Melvin D. Defleur. Pada tahun 1970, Malvin Defluer melakukan modifikasi terhadap teori *stimulus-responden* dengan teorinya yang dikenal teori individu dalam komunikasi massa (*individual differences*).⁵⁷Teori ini menelaah perbedaan-perbedaan di antara individu-individu sebagai sasaran media massa ketika mereka diterpa sehingga sehingga menimbulkan efek tertentu.

Derajat ketergantungan terhaap media merupakan tni dalam memahami kapan dan mengapa pesan media massa dapat mengubah kepercayaan, perasaan, dan perilaku audiens. Derajat ketergantungan khalayak terhadap media ditentukan oleh tingkat kepentingan informasi yang disampaikan media dan derajat perubahan dan konflik yang erjadi dalam masyarakat.⁵⁸

Menurut teori ini individu-individu sebagai khalayak sasaran media secara selektif, enaruh perhatian kepada pesan-pesan terutama jika berkaitan dengan kepentingannya. Konsisten dengan sikapnya, sesuai dengan kepercayaan yang didukung oleh nilai-nilainya. Sehingga tanggapannya terhadap pesan-pesan tersebut diubah oleh tatanan psikologinya. Jadi, efek media massa pada khalayak massa itu tidak

⁵⁶ Syamsul Yusuf, *Psikologi Perkembangan Anak Dan Remaja* (Bandung. Pt Remja Rosdakarya,2000S S/D 2011) Hlm 71

⁵⁷Burhan buigin. *Sosiologi Komunikasi, Teori, Paradigem Dan Diskursu Teknologi Komunikasi Di Masyarakat*. (Jakarta, Kecana 2007) 278

⁵⁸ Morrian, *Teori Komunikasi Individual Hingga Massa* (Jakarta : PT Fajar Interpretama Mandiri,2013), 516

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

seragam melainkan beragam disebut secara individual berbeda atau sama lain dalam struktur kejiwaanya.⁵⁹

Berangkat dari teori perbedaan individu dan stimulus-respon ini, Defluer mengembangkan model psikodinamik yang didasarkan pada keyakinan bahwa kunci dari persuasi yang efektif terletak pada modifikasi struktur psikologi internal dan individu. Melalui modifikasi inilah responden tertentu yang diharapkan muncul dalam perilaku individual akan terpercayai. Esensi dari model ini adalah fokusnya pada variabel-variabel yang berhubungan dengan individu sebagai penerima pesan, suatu kelanjutan dari asumsi sebab akibat dan mendasar pada perubahan sikap sebagai ukuran bagi perubahan perilaku.⁶⁰

Teori perubahan individual ini mengandung rangsangan-rangsangan khusus yang menimbulkan interaksi yang berbeda dengan watak-watak perorangan. Oleh karena itu terdapat perbedaan individual pada setiap pribadi khlayak dan secara ilmiah dapat diduga akan muncul efek yang bervariasi sesuai dengan perbedaan individual itu. Tetapi dengan berpegangan tetap pada pengaruh variabel-variabel kepribadian (yakni menganggap khlayak memiliki ciri-ciri kepribadian yang sama) teori tersebut akan memprediksi keseragaman tanggapan terhadap pesan tertentu (jika variabel antara bersifat seragam).

Asumsi dari teori perbedaan individu adalah pesan-pesan yang disampaikan media massa ditangkap individu sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan personal individu. Efek komunikasi pada individu akan beragam walaupun individu menerima pesan yang disampaikan media massa. Masing masing individu mempunyai perhatian, minat keinginan yang berbeda yang dipengaruhi faktor-faktor psikologi yang ada pada diri individu tersebut sehingga mempengaruhi dalam menerima pesan yang disampaikan media massa.

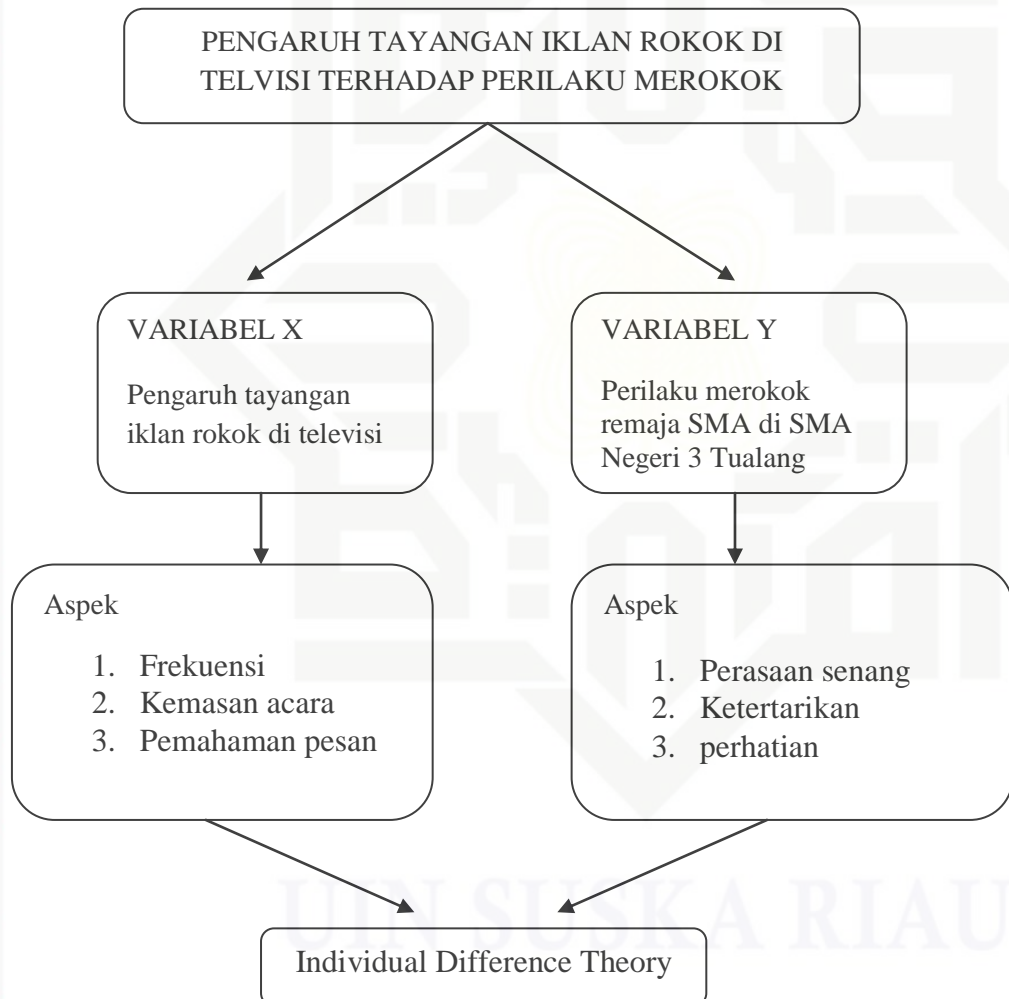
⁵⁹ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung, Citra Aditya Bakti 2003), 54

⁶⁰ Burhan Buigin. *Sosiologi Komunikasi, Teori, Paradigma Dan Diskursus Teknologi Komunikasi Di Masyarakat*. (Jakarta, Kencana 2007) 278

C. Konseptualisasi dan Operasional Variabel

1. Konseptualisasi

Konseptualisasi merupakan konsep yang digunakan untuk mnejabarkan bentuk kerangka teoritis kemudian, menjadi acuan dalam penelitian ini, penelitian ingin melihat seberapa besar Pengaruh Tayangan Iklan Rokok Di Televisi Terhadap Perilaku Merokok Remaja Sma Di Sma Negeri 3 Tualang. Reaksi tersebut berupa perasaan senang ketertarikan dan perhatian.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Operasional Variabel

Tabel 2.2
Operasional Variabel

NO	VARIABEL	INSTRUMEN	INDIKATOR
1	Pengaruh Tayangan Iklan rokok di televisi (Variabel X)	Frekuensi menonton	Seberapa sering melihat iklan rokok di televisi
		Kemasan acara	Persepsi remaja mengenai gambaran atau tayangan yang menyangkut tentang iklan rokok yang ada di media televisi.
		Pemahaman pesan	Kemampuan remaja dalam memahami dan menyikapi iklan rokok yang ditayangkan di televisi.
2	Perilaku merokok remaja SMA (Variabel Y)	Perasaan senang	perilaku merokok hanya menambah atau meningkatkan kenikmatan yang sudah didapat
		Ketertrikan	Perilaku merokok hanya dilakukan sekedar untuk menyenangkan perasaan.
		Perhatian	Perilaku merokok hanya dilakukan sekedar untuk menyenangkan perasaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

D. Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan atau dugaan mengenai keadaan populasi yang sifatnya masih sementara atau lemah kebenarannya.⁶¹ Sedangkan menurut Good & Scates dalam penelitian Tika, menyatakan adalah sebuah taksir atau referensi yang dirumuskan serta diterima untuk sementara yang dapat menerangkan fakta-fakta atau kondisi yang diamati dan digunakan sebagai petunjuk langkah selanjutnya.

Ha : Adanya Pengaruh Iklan Rokok Terhadap Perilaku Merokok Remaja SMAN 3 Tualang

Ho : Tidak Adanya Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Perilaku Merokok Remaja SM N 3 Tualang.

E. Kajian Terdahulu

Ada beberapa kajian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini yakni sebagai berikut:

Skripsi Mufrifjah dengan judul *“Pengaruh Iklan Rokok Di Media Televisi Terhadap Perilaku Merokok Remaja Awal (Studi Terhadap SMA Negeri 2 Dayun)”*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh iklan rokok di media televisi terhadap perilaku merokok remaja awal. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah siswa SMP Negeri 2 Dayun yang pernah melihat iklan rokok dan memutuskan mengkonsumsi rokok, dengan jenis kelamin laki-laki dan yang berusia 12-15 tahun. Sampel penelitian ini adalah 49 responden yang memenuhi kriteria seperti pada populasi diatas. Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif dengan menggunakan kuesioner yang disebar kepada responden yang telah ditetapkan menjadi populasi dan sampel. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan rokok terhadap perilaku merokok ternyata memiliki kecenderungan positif yaitu pengaruh iklan rokok di media televisi terhadap remaja awal memiliki korelasi sebesar

⁶¹Hasan, Iqbal, *Pokok-pokok Materi Statistik 2(statistik Inferensi)* Jakarta. Bumi Aksara. 2008

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

0,34 dengan persentase besarnya hubungan yaitu sebesar 12%. Hasil yang telah didapat ini menunjukkan bahwa pengaruh iklan rokok merokok pada remaja awal SMP Negeri 2 Dayun kabupaten siak. Hal ini disebabkan oleh pengaruh iklan rokok yang ada di media televisi akan menimbulkan efek kognitif, afektif dan konatif pada diri responden.⁶²

Journal Nana Sarinda dengan judul “Hubungan Antara Dukungan Orang Tua, Teman Sebaya dan Iklan Merokok Dengan Perilaku Merokok Pada Siswa SMA Negeri 1 Samatiga.” Dibawah bimbingan Baharuddin, SKM, M.Kes dan Maiza Duana, SKM. Merokok merupakan masalah yang sangat sulit diselesaikan hingga saat ini. Pada siswa SMA Negeri 1 Samatiga dengan jumlah siswa 169 orang dengan siswi berjumlah 74 orang serta siswanya berjumlah 94 orang yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah siswa yang berjumlah 66 orang dimana sebagiannya merokok baik pada saat jam istirahat sekolah maupun jam pulang sekolah. Tujuan Penelitian untuk mengetahui hubungan antara orang tua, teman sebaya dan iklan merokok dengan perilaku merokok pada siswa SMA Negeri 1 Samatiga Aceh Barat. Populasi berjumlah 66 dengan sampel dalam penelitian ini adalah 66 siswa SMA Negeri 1 Samatiga Aceh Barat. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan metode *Total Sampling*. Hasil penelitian diketahui bahwa dari 34 responden dukungan orang tuanya baik 61,8% tidak merokok sedangkan dari 32 responden yang dukungan orang tuanya tidak baik 68,8% merokok dengan peluang nilai OR 3,554. Dari 33 responden yang teman sebayanya baik 69,7% tidak merokok, sedangkan dari 33 responden yang teman sebayanya tidak baik 75,8% merokok dengan nilai OR 7,188. Dari 36 responden yang iklan merokoknya baik 61,1% tidak merokok, sedangkan dari 30 responden yang iklan merokoknya tidak baik 70% merokok dengan nilai OR 7,3667. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan semua variabel independen (orang tua, teman sebaya, iklan merokok) mempunyai hubungan

⁶² Mufrifjah, “Pengaruh Iklan Rokok Di Media Televisi Terhadap Perilaku Merokok Remaja Awal (Studi Terhadap SMA Negeri 2 Dayun)”. 2010

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan perilaku merokok dimana $P\text{value} < \alpha (0,05)$. Kepada SMA Negeri 1 Samatiga agar dapat mengadakan pendidikan khusus tentang bahayanya merokok dan kepada siswi SMA Negeri 1 Samatiga agar lebih meningkatkan kesadaran akan pentingnya kesehatan dengan menghindari merokok.⁶³

Journal Yudi Ariando dengan judul “hubungan antara persepsi iklan rokok media elektronik dengan perilaku merokok pada remaja”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan persepsi iklan rokok media elektronik dengan perilaku merokok pada remaja di SMA Negeri 2 Wates Kulonprogo. Hipotesis dalam penelitian ini yaitu: ada hubungan positif antarpersepsi iklan rokok media elektronik dengan perilaku merokok remaja. Subjek dalam penelitian ini adalah siswa SMA N 2 Wates yang memiliki kebiasaan merokok dengan jumlah subjek 52 siswa. Analisis data menggunakan korelasi product moment. Hasil analisis menunjukkan besarnya nilai koefisien korelasi antara Persepsi Iklan Rokok Media Elektronik dengan perilaku merokok sebesar $r_{xy} = 0,636$ dengan $p < 0,001$. Hasil ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara persepsi iklan rokok media elektronik dengan perilaku merokok pada remaja. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima. Selain itu persepsi iklan rokok media elektronik mempengaruhi perilaku merokok remaja memperoleh presentase sebesar 40,45% dan 59,55% dipengaruhi oleh faktor lain.⁶⁴

Skripsi Misriana Sianipar dengan judul *“hubungan sikap terhadap iklan rokok dan konformitas teman sebaya dengan perilaku merokok remaja”* penelitian ini bertujuan mengetahui hubungan sikap terhadap iklan rokok dan konformitas teman sebaya dengan perilaku merokok remaja. Hipotesis yang diajukan adalah berhubungan positif antara sikap dan terhadap iklan rokok dan konformitas teman sebaya dengan perilaku merokok remaja, terdapat

⁶³ Nana Sarinda, *“Hubungan Antara Dukungan Orang Tua, Teman Sebaya dan Iklan Merokok Dengan Perilaku Merokok Pada Siswa SMA Negeri 1 Samatiga.”*

⁶⁴ Yuli Martina Pratama. *Hubungan Perilaku Merokok Dengan Perasaan Peningkatan Harga Diri Remaja Di Desa Simpang Ayam Kecamatan Bengkalis Kecamatan Bengkalis*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. 2016

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

hubungan positif antar sikap terhadap iklan dan perilaku merokok remaja dan terhadap perilaku positif antara konformitas teman sebaya terhadap perilaku merokok remaja. Subjek dalam penelitian berjumlah 113 siswa perokok di SMK KANSAI Pekanbaru. Data dikumpulkan dengan skala sikap terhadap iklan rokok, skala konformitas teman sebaya dan skala perilaku merokok. Data penelitian dianalisis menggunakan uji korelasi berganda untuk hipotesis pertama dengan nilai koefisien korelasi sebesar (r) sebesar 0,658 dengan hipotesis pertama dengan nilai koefisien korelasi sebesar (r) sebesar 0,345 dengan taraf signifikan 0,000 ($p < 0,001$) dan dengan nilai koefisien korelasi sebesar (r) sebesar 0,458 dengan taraf signifikan 0,000 ($p < 0,001$). Hal ini menunjukkan bahwa ketiga hipotesis dalam penelitian ini diterima, yaitu dengan hubungan positif antara sikap terhadap iklan rokok dengan konformitas teman sebaya dengan perilaku merokok remaja, terdapat hubungan positif antara sikap terhadap iklan rokok dengan perilaku merokok remaja dan terdapat hubungan positif antara konformitas teman sebaya terhadap perilaku merokok remaja.⁶⁵

⁶⁵ Misriana Sianipar “*Hubungan Sikap Terhadap Iklan Rokok Dan Konformitas Teman Sebaya Dengan Perilaku Merokok Remaja*” Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. 2015

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Metode (*riset*) penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Riset kuantitatif adalah riset yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Dalam riset kuantitatif, periset dituntut bersikap objektif dan memisahkan diri dari data. Artinya, periset tidak boleh membuat batasan konsep maupun alat ukur data sendiri.⁶⁶ Sedangkan sifat penelitian adalah eksplanatif. Penelitian eksplanatif adalah penelitian untuk menguji hubungan antarvariabel yang dihipotesiskan, ada hipotesis yang akan diuji kebenarannya. Hipotesis itu sendiri menggambarkan hubungan antara dua atau lebih variabel, untuk mengetahui apakah suatu variabel disebabkan atau dipengaruhi atau tidak oleh variabel lainnya.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode *survey*, yaitu metode riset dengan menggunakan kuisioner sebagai instrumen pengumpulan data. Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. Menurut Ruslan, metode *survey* ini biasanya pengumpulan data atau informasi dan fakta lapangan yang secara langsung didapatkan secara kuisioner (*questioner*) dan wawancara (*interview*) baik secara lisan maupun tulisan yang memerlukan adanya kontak secara tertutup mukaantara peneliti dengan responden.⁶⁷

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian yang dipilih oleh penulis adalah Penelitian ini dilakukan pada siswa SMA Negeri 3 Tualang Kabupaten Siak. Dalam hal ini, waktu penelitian yang dibutuhkan adalah 6 bulan mulai dari pra riset, riset hingga pasca riset.

⁶⁶ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: PT. Kencana Perdana Media Group, 2008), hlm. 55

⁶⁷ Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 22

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian masih direncanakan setelah ujian proposal.

C. Populasi dan Sampel

Populasi berasal dari kata bahasa Inggris *population*, yang berarti jumlah penduduk. Dalam metode penelitian kata populasi digunakan untuk menyebutkan serumpun atau sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian. Oleh karena itu, populasi merupakan keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian.⁶⁸

Pembatasan populasi haruslah berpedoman kepada tujuan dan permasalahan penelitian. Dengan pembatasan populasi penelitian, akan memudahkan dalam memberikan ciri atau sifat yang lain dari populasi tersebut, dan semua akan memberikan keuntungan dalam penarikan sampel. Sampel adalah bagian suatu subjek atau objek yang mewakili populasi. Pengambilan sampel harus sesuai dengan kualitas dan karakteristik suatu populasi.⁶⁹

Sampel merupakan sebagian dari keseluruhan objek atau fenomena yang akan diamati. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *Probability Sampling*, yaitu teknik sampling yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Salah satu teknik penarikan sampel yang digunakan adalah *Simpel Random Sampling*.⁷⁰ Sampel penelitian ini adalah siswa SMA Negeri 3 Tualang. Untuk menentukan ukuran sample dari populasi yang diketahui jumlahnya menggunakan rumus Slovin, dimana populasi berjumlah 383. Rumusnya adalah:⁷¹

⁶⁸ Burhan, Bungin, *Opcit*, 2005, hlm. 109-110

⁶⁹ Moh Tika Pabandu, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2006) hlm.33

⁷⁰ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: PT. Kencana Perdana Media Group, 2006), 50

⁷¹ Rachmat, Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: PT. Kencana Perdana Media Group, 2006), 175

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan:

- n : Ukuran sampel
 N : Ukuran populasi
 e^2 : Dipangkat 2 (dua)
 e : Persentase kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan. (pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau yang diinginkan dalam penelitian ini sebesar 5%).

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

$$n = \frac{383}{1+383(0,05)^2}$$

$$n = \frac{383}{1+383(0,0025)}$$

$$n = \frac{383}{1+0,9575}$$

$$n = \frac{383}{1,9575}$$

$$n = 195,657 \text{ (dibulatkan menjadi 196)}$$

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam kajian penelitian ini adalah observasi terhadap objek penelitian, kuesioner (angket) yaitu daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden serta dokumentasi. Angket juga bertujuan untuk mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan⁷².

⁷² Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: PT. Kencana Perdana Media Group, 2006), 97

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Alat ukur yang digunakan dalam kuesioner penelitian yaitu skala *Liekert*. Skala *Liekert* yaitu untuk mengukur sikap seseorang tentang sesuatu objek sikap. Objek sikap ini biasanya telah ditentukan secara spesifik dan sistematis oleh periset. Indikator dari variabel sikap terhadap suatu objek merupakan titik tolak dalam membuat pertanyaan ataupun pernyataan yang harus diisi dengan responden. Di mana dalam angket yang akan disebar kepada responden berisi pilihan jawaban “Sangat Setuju”, “Setuju”, “Cukup setuju”, “Tidak Setuju”, “Sangat Tidak Setuju”.⁷³

E. Uji Validitas Data

Validitas data adalah uji terhadap sebuah alat ukur yang sesuai untuk menguji suatu data. Antara alat ukur dengan yang akan diukur haruslah memiliki akurasi yang baik terutama apabila alat ukur tersebut digunakan sehingga validitas akan meningkatkan bobot kebenaran data yang diinginkan peneliti.

Dalam kajian ini, penulis menggunakan rumus statistik *pearson's correlation (product moment)*. Rumus ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor *item* dengan skor total *item*. Skor total *item* adalah penjumlahan dari keseluruhan *item*. Jika nilai korelasi (*r* hitung) lebih besar dari *r* tabel, maka *item* kuesioner tersebut dinyatakan valid, sebaliknya jika *r* hitung lebih kecil dari *r* tabel maka *item* tidak valid⁷⁴. Rumus korelasi *product moment* adalah⁷⁵:

$$r = \frac{N \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

r = koefisien korelasi *pearson's product moment*

N = jumlah individu dalam sampel

X = angka mentah untuk variabel *X*

Y = angka mentah untuk variabel *Y*

⁷³Ibid, 136

⁷⁴Duwi, Priyatno, *SPSS Handbook : Analisis Data, Olah Data, dan Penyelesaian Kasus-kasus Statistik*, Yogyakarta : MediaKom, 2016, hlm. 53

⁷⁵Rachmat, Kriyantono, *Opcit*, 2006, hlm. 175

F. Uji Reliabilitas Data

Reliabilitas merupakan angka indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya dan dapat diandalkan jika suatu alat ukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil yang diperoleh menghasilkan temuan yang sama maka alat ukur tersebut reliabel⁷⁶.

Dalam melakukan uji reliabilitas penulis menggunakan rumus *cronbach alpha* sebagai berikut :

$$rs = \frac{k}{k - 1} \times \frac{1 - \sum Si}{St}$$

Keterangan :

rs = nilai reliabilitas

$\sum Si$ = jumlah varians skor tiap *item*

St = varians total

n = jumlah *item*

Alat ukur dikatakan reliabel jika suatu alat ukur menunjukkan angka reliabilitas diatas 0,6 atau 60 %. Jika hasil yang diperoleh kurang dari angka tersebut maka alat ukur yang digunakan tidak reliabel.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji regresi linier sederhana. Jika terdapat data dari dua variabel riset yang sudah diketahui yang mana variabel bebas X dan yang mana variabel terikat Y sedangkan nilai-nilai Y lainnya dapat dihitung atau diprediksi berdasarkan suatu nilai X tertentu⁷⁷. Adapun rumus sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Variabel tidak bebas (subjek dalam variabel tak bebas)

X = Variabel bebas (subjek pada variabel independen dengan nilai tertentu)

a = Nilai *intercept* (konstan) atau harga Y bila X = 0

⁷⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan r & d*, (Bandung : Alfabeta, 2013), hlm.281

⁷⁷ Rachmat, Kriyantono, *Opcit*, 2006, hlm. 184

b = Koefisien regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, bila b (-) maka terjadi penurunan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah SMA Negeri 3 Tualang

SMA Negeri 3 Tualang berdiri pada T.P 2004/2005 berdasarkan Keputusan Bupati Siak dengan Nomor : 78 TAHUN 2004, tentang Revisi Penomoran Baru dan Penegerian Beberapa Sekolah di Kabupaten Siak dengan alamat di Jalan AMD Desa Pinang Sebatang Timur Kecamatan Tualang Kabupaten Siak, yang sebelumnya SMA Negeri 3 Tualang bernama SMU Bunut. Setelah direvisi SMU Bunut menjadi SMA Negeri Tualang dengan Nomor Statistik Sekolah (NSS) 30.10.91.203.003. Adapun jumlah bangunan/ruang pada waktu itu terdiri dari 6 (enam) Ruang Belajar, 1 (satu) Ruang Kepala Sekolah, 1 (satu) Ruang Majelis Guru dan 1 (satu) Ruang Tata Usaha. Pada awal Juli 2004 di pimpin oleh Drs. H.Soritua Hasibuan sebagai Pelaksana Harian (Plh), Maret 2005 oleh Gusneti, S.Pd, September 2005 oleh Drs. H.Damsuar, M.M sebagai kepala sekolah yang tetap/definitif sampai dengan bulan Desember 2011 dan akhirnya pada bulan Januari 2012 sampai dengan sekarang di pimpin oleh Indrawati, S.Pd (berdasarkan keputusan Bupati Siak dengan nomor : 03/HK/KPTS/2012, tanggal 02 Januari 2012, tentang Pengambilan Sumpah Jabatan dan Pelantikan Kepala Sekolah Negeri di Lingkungan Pemerintah Kabupaten Siak).

SMA Negeri 3 Tualang pernah berganti nama menjadi SMA Negeri 17 Siak tepatnya pada tanggal 17 Agustus 2009 yang disahkan oleh Bupati dengan nomor : 283/HK/KPTS/2009. Pada tanggal 02 Juli 2012 SMA Negeri 17 Siak berganti SMA Negeri 3 Tualang berdasarkan keputusan Bupati Siak dengan nomor : 267/HK/KPTS/2012.

Lokasi SMA Negeri 3 Tualang juga berdekatan dengan SMP Negeri 7 Tualang, PT.IKPP, SD MI Nurul Ikhlas. Siswa-siswi dan masyarakat disekitar SMA Negeri 3 Tualang bersifat heterogen. Jumlah masing-masingnya hampir

seimbang. Hubungan sosial budaya masing- masing suku dan agama ini kondusif, Hal ini tampak pada pelaksanaan kegiatan keagamaan dan adat yang diadakan di sekolah dan masyarakat.⁷⁸

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

⁷⁸ Pedoman Buku Sejarah SMA 3 Tualang

1. Nama Kepala Sekolah, Guru, Pegawai Administrasi, Petugas Perpustakaan Dan

Penjaga Sekolah

No	NAMA	NIP	NUPTK	TEMPAT LAHIR	TANGGAL LAHIR	JENIS KELAMIN L/P	AGAMA	JABATAN	BIDANG STUDI YANG DIAJARKAN	PANGKAT/ GOL/ RUANG TERAKHIR	TMT	NOMOR DAN TGL. SK PANGKAT TERAKHIR	GAJI POKOK (Rp)	TANGGAL MULAI BERTUGAS PADA SMA INI
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	Indrawati, S.Pd	19680806 199512 2001	5138746648300063	Tembilahan	06 Agustus 1968	P	Islam	Kepala Sekolah	Biologi	Pembina Tk. I (IV.b)	01-04-2018	Kpts.278/III/2018	4.120.800	10-01-2012
2	Farida, S.Pd	19730211 200012 2001	7543751653300022	Padang	11 Februari 1973	P	Islam	Guru	Fisika	Pembina Tk. I (IV.b)	01-04-2018	Kpts. 278/III/2018	3.715.800	10-05-2009
3	Hj. Aidar	19620715 198803 2003	7047740644300003	Air Tiris	15 Juli 1962	P	Islam	Guru	Seni Budaya	Pembina (IV.a)	01-10-2009	Kpts.1034.1/XI/2009	2.372.700	19-07-2004
4	Maiyetti Asmar, S.Pd	19690708 200501 2007	2040747650300033	Pekanbaru	08 Juli 1969	P	Islam	Guru	Bahasa Indonesia	Pembina (IV.a)	01-10-2017	Kpts.806/IX/2017	3.565.000	25-04-2005
5	Ismulyati, S.Pd	19730420 200501 2011	3752751653300052	Batipuh Baruh	20 April 1973	P	Islam	Guru	Kimia	Pembina (IV.a)	01-04-2018	Kpts. 278/III/2018	3.492.400	25-04-2005
6	Zulfa Khendri, S.Pd	19750214 200501 1010	5546753654200012	Pabalutan	14 Februari 1975	L	Islam	Guru	Penjasorkes	Penata Tk. I (III.d)	01/10/2012		3.456.200	25-04-2005
7	Lismasari, S.Pd	19720218 200212 2001	5550750652300032	Salo	18 Februari 1972	P	Islam	Guru	Matematika	Penata Tk. I (III.d)	01/10/2013	Kpts.278/III/2018	3.350.600	12-07-2012
8	Asna Tarawan, S.SPd	19720827 200604 2011	7159750653300003	Medan	27 Agustus 1972	P	Kristen	Guru	Bahasa Jerman	Penata Tk.I (III.d)	01-04-2018	Kpts.278/III/2018	3.350.600	09-01-2007
9	Florida Br Sembiring, S.T	19761107 200701 2028	8439754656300043	Kp. Merdeka	07 November 1976	P	Kristen	Guru	Kimia	Penata Tk. I (III.d)	01-04-2018	Kpts. 278/III/2018	3.350.600	14-02-2007
10	Nova Zemla, S.Pd	19651115 199102 1003	7447743646200053	Pekanbaru	15 November 1965	L	Islam	Guru	Matematika	Penata (III.c)	01/10/2012		3.872.000	19-07-2004
11	Etliarni, S.Pd	19781220 200801 2018	6552756658300043	Tampunik	20 Desember 1978	P	Islam	Guru	Ekonomi	Penata (III.c)	01-04-2018	Kpts.278/III/2018	3.315.90	10-05-2008

													0	
12	Jufriati,S.Sos., M.Pd	19780826 200903 2 002	7158756658300 023	Duri	26 Agustus 1978	P	Islam	Guru	Sosiologi	Penata (III.c)	07-04-2018	Kpts.278/III/2018	3.021.30 0	01/03/2009
13	Wirda Ningsih,S.Pd	19810617 200903 2 007	2949759660300 072	Bukit Sikumpar	17 Juni 1981	P	Islam	Guru	Sejarah	Penata (III.c)	07-04-2018	Kpts.278/III/2018	3.021.30 0	12/01/2006
14	Gusri Yani, M.Pd	19840815 200903 2 010	6147762663300 033	Pasaman	15 Agustus 1984	P	Islam	Guru	Bahasa Inggris	Penata (III.c)	07-04-2018	Kpts.278/III/2018	3.021.30 0	25/01/2007
15	Dhian Hariani,S.Pd	19860126 200903 2 007	2458764664300 022	Pekanbaru	26 Januari 1986	P	Islam	Guru	Biologi	Penata (III.c)	07-04-2018	Kpts.278/III/2018	3.021.30 0	01/03/2009
16	Riyendra,S.Pd	19730212 200801 2 014	7542751653300 032	Nanggalo	12 Februari 1973	P	Islam	Guru	Bahasa Inggris	Penata Muda Tk. I (III.b)	01/10/2012	SK.823/BKD/2012/02	2,349,90 0	19-07-2004
17	Reni Firmantoza,S.Pd.I	19850305 201001 2 022	9637763664300 132	Koto Tuo	05 Maret 1985	P	Islam	Guru	BP / BK	Penata Muda Tk. I (III.b)	01-10-2016	SK.823/BKD/2016/02/01	2.810.20 0	11-03-2010
18	Husni Budiawen,S.Pd	19801223 201102 1 001	7555758660200 013	T.Babungo	23 Desember 1980	L	Islam	Guru	Fisika	Penata Muda Tk. I (III.b)	01-04-2016	SK.823/BKD/2016/01/01	2,724,40 0	09-07-2012
19	Lola,S.Pd	19811005 201102 2 001	5337759662210 033	Bukittinggi	05 Oktober 1981	P	Islam	Guru	Sosiologi	Penata Muda Tk.I (III.b)	01-04-2016	SK.823/BKD/2016/01/01	2,724,40 0	27-05-2013
20	Efriati,S.Pd	19850202 201102 2 002	5540763664300 052	Seberang Sukam	02 Februari 1985	P	Islam	Guru	Geografi	Penata Muda Tk. I (III.b)	01-04-2016	SK.823/BKD/2016/01/02	2,724,40 0	12-07-2012
21	Winda Tio Dora,S.Pd,M.Sn	19870308 201102 2 002	0640765666220 012	Perawang	08 Maret 1987	P	Islam	Guru	Seni Budaya	Penata Muda Tk. I (III.b)	01-04-2016	SK.823/BKD/2016/01/01	2,724,40 0	13-02-2012
22	Ady Guna.T.S.E	19730913 200604 1 008	5245751652200 003	Medan	13 September 1973	L	Kristen	Guru	Ekonomi	Penata Muda (III.a)	01/01/2008	821.13/KP/484	2.959.00 0	19-07-2004
23	Devi Surindra,S.Pd	19810122 201102 1 002	1454759660300 072	Teluk Kuantan	22 Januari 1981	L	Islam	Guru	Bahasa Indonesia	Penata Muda (III.a)	01-02-2011	SK.813.3/BKD/2011/023	2.696.20 0	11-01-2013
24	Izhar,S.Hi	19781103 201409 1 004	7435756657200 003	Perawang	03 November 1978	L	Islam	Guru	PAI	Penata Muda (III.a)	01-09-2014	Nomor : 813.K2/BKD/2015/034	2.098.88 0	19-07-2004
25	Huzaipah,S.T, MPd	-	8743742644200 022	Balai Jering Air Tiris	11 April 1964	L	Islam	Guru	Fisika	-	-	-	-	09-11-2005
26	Justi Nopri,S.Pd	-	2633753654300 032	Batusangkar	01 Maret 1975	P	Islam	Guru	Sejarah	-	-	-	-	15-12-2005



27	Dra. Sri Wahyuni	-	3433745647300162	Kampar	01 Januari 1967	P	Islam	Guru	Sejarah	-	01-01-2006	-	-	05-04-2006
28	Dra. Resti Siagian	-	5959747649300062	Lubuk Pakam	27 Juni 1969	P	Kristen	Guru	PAK	-	01-01-2006	-	-	05-04-2006
29	Rosi Melda, S.Si	-	2149756658300053	Solok	17 Agustus 1978	P	Islam	Guru	Biologi	-	-	-	-	01-05-2006
30	Srihira Fitriani, S.Pd	-	3063759662300003	Tuik	31 Juli 1981	P	Islam	Guru	Geografi	-	-	-	-	17-07-2006
31	Amelia Citra, S.Pd	-	3049759661300043	Batusangkar	17 Desember 1981	P	Islam	Guru	Biologi/BM R	-	-	-	-	17-07-2006
32	Srimuldeswita, S.Si	-	2554759661300043	Solok	22 Desember 1981	P	Islam	Guru	Biologi	-	-	-	-	17-09-2006
33	Darmayanti, S.Pd	-	1238758659300033	Pangkalan Batang	06 September 1980	P	Islam	Guru	Ekonomi	-	-	-	-	01-10-2006
34	Nurasmi, S.Pd	-	4148758660300033	Dumai	16 Agustus 1980	P	Islam	Guru	TIK	-	-	-	-	06-04-2010
35	Witra Handayani, S.Pd	-	-	Talu	13 November 1986	P	Islam	Guru	PKN	-	-	-	-	03-01-2011
36	Winarni, S.Pd	-	2661763664300042	Karanganyar	29 Maret 1985	P	Islam	Guru	PKN	-	-	-	-	11-07-2011
37	Itra Dewi Sartika, S.Pd	-	0542763664300073	Kuraitaji	10 Des 1985	P	Islam	Guru	Matematika	-	-	-	-	11-07-2011
38	Zil Yusraini, S.Pd	-	-	Kajai	13 Juni 1979	P	Islam	Guru	Ekonomi	-	-	-	-	11-07-2011
39	Parida Hanum, S.Pd.I	-	-	Gohor Lama	14 Juni 1983	P	Islam	Guru	PAI	-	-	-	-	09-07-2012
40	Liza Marrini, S.Pd	-	-	Talawi	06 Maret 1990	P	Islam	Guru	B.Indonesia	-	-	-	-	11/07/2013
41	Febri Harizadika, S.Pd	-	-	Surian	06 Februari 1990	P	Islam	Guru	B.Indonesia	-	-	-	-	12-05-2014
42	Ade Gustiawan, S.Si	-	-	Panti	19 Agustus 1990	L	Islam	Guru	Penjasorkes	-	-	-	-	'07-07-2014
43	Rosimah Iskandar, S.Pd	-	-	Sanglar	06 Januari 1990	L	Islam	Guru	Seni Budaya	-	-	-	-	29-01-2015
44	Melisa, S.Pd	-	0240765667210063	Bonjol	08 September 1987	P	Islam	Guru	B.Ingggris	-	-	-	-	03-02-2015
45	Triyolanda Saputra, S.Pd	-	-	Batusangkar	29-Nov-93	L	Islam	Guru	Penjasorkes	-	-	-	-	01-07-2015
46	Weny Syafri Marza, S.Pd	-	-	Anakan	19 Desember 1988	P	Islam	Guru	B.Ingggris	-	-	-	-	02-11-2015
47	Herman Suta, S.Pd.I	-	-	Perawang	07 April 1993	L	Islam	Guru	B.Arab	-	-	-	-	'04-01-2016

48	Wahyu Danil Utama,S.Pd	-	-	Pariaman	30 Juni 1992	L	Islam	Guru	Matematika	-	-	-	-	10/10/2016
49	Wina Dia Izati,S.Pd	-	-	Payakumbuh	27 Desember 1994	P	Islam	Guru	Matematika	-	-	-	-	16-07-2018
50	Rizaitun	19860429 201001 2 009	0761764665300 022	Perawang	29 April 1986	P	Islam	Ka. Tata Usaha	-	Pengatur (II.c)	01-04-2018	Kpts. 278/III/2018	2.559.900	29-07-2004
51	Novi Susanti,S.Pd	-	0438763665300 023	Pekanbaru	06 November 1985	P	Islam	Tata Usaha	-	-	-	-	-	01-02-2006
52	Saprudin	-	-	Air Tiris	13 Maret 1969	L	Islam	Penjaga Sekolah	-	-	-	-	-	13-07-2008
53	Agus Susilawati	-	-	Perawang	05 Agustus 1990	P	Islam	Tata usaha	-	-	-	-	-	07-08-2009
54	M.Yudi Rianto,S.Pd	-	7239761663200 033	Siak	09 September 1983	L	Islam	Tata Usaha	-	-	02-02-2007	-	-	29-01-2010
55	Susi Meliyanti, Amk	-	-	Payakumbuh	14 Juni 1977	P	Islam	Tenaga Pustaka	-	-	-	-	-	01-07-2015
56	Delriadance Seuri, A.Md	-	-	Purwakarta	02 Agustus 1990	P	Islam	Tata usaha	-	-	-	-	-	01-07-2015
57	Feni Cahyowidodo	-	-	Perawang	03 Desember 1991	L	Islam	Satpam	-	-	-	-	-	01-09-2016
58	Supriyani	-	-	Pekanbaru	10 Oktober 1992	P	Islam	Tenaga Pustaka	-	-	-	-	-	01-09-2016
59	Yenheri	-	-	Rumbai	14 Desember 1967	L	Islam	Satpam	-	-	-	-	-	29-03-2018
60	Rendi Febrianto	-	-	Tepi Selo	05 Februari 1990	L	Islam	Penjaga Sekolah	-	-	-	-	-	09-04-2018
61	Maifitri	-	-	Inuman	13 Mei 1990	P	Islam	Tenaga Kebersihan	-	-	-	-	-	02-07-2018

(Sumber : Bagian Tata Usaha SMA Negeri 3 Tualang)

B. Visi, misi, dan tujuan SMA Negeri 3 Tualang

1. Visi Sekolah

" Membentuk Peserta Didik yang Berbudi Pekerti, Religi ,Berprestasi dan Berdaya Guna dalam Bingkai Budaya Melayu Tahun 2020 "

2. Misi Sekolah

Upaya yang dilakukan untuk mewujudkan peserta didik yang berbudi pekerti, religi, berprestasi dan berdaya guna dalam bingkai budaya melayu tahun 2020, maka SMA Negeri 3 Tualang menetapkan beberapa misi sebagai berikut :

- Meningkatkan mutu pendidikan yang mengintegrasikan sistem nilai, agama dan budaya dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi
- Mengembangkan seluruh potensi siswa secara optimal baik dalam bidang akademis maupun non-akademis
- Mengoptimalkan seluruh potensi sumber daya manusia dan sarana prasarana yang ada di sekolah dan mensinergikan seluruh potensi guna mewujudkan visi sekolah.
- Menjalin hubungan yang harmonis antara sekolah dengan wali peserta didik, masyarakat, instansi dan lembaga terkait dalam rangka pencapaian visi sekolah.⁷⁹

3. Tujuan Sekolah

SMA Negeri 3 memiliki beberapa tujuan yang akan dicapai, yaitu :

- Nilai rata-rata Ujian Akhir Nasional sekurang-kurang mencapai 7,5.
- Siswa yang diterima di perguruan tinggi melalui PMDK mencapai 25% dari seluruh tamatan.
- Siswa yang melanjutkan ke Perguruan Tinggi mencapai 90% dari seluruh tamatan
- Menumbuhkan motivasi diri yang religi.
- Menumbuhkan komitmen untuk mandiri.
- Menumbuhkan budaya mutu di lingkungan sekolah.
- Menumbuhkan harapan prestasi tinggi.

⁷⁹ Pedoman Buku Sejarah SMA 3 Tualang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- h. Menumbuhkan kemauan untuk berubah.
- i. Mewujudkan kerjasama yang kompak, cerdas dan dinamis.
- j. Melaksanakan pengelolaan tenaga kependidikan secara efektif.
- k. Melaksanakan pengelolaan sumber belajar secara efektif.
- l. Menumbuhkan sikap responsif dan antisipatif terhadap kebutuhan sekolah.
- m. Menciptakan lingkungan sekolah yang aman dan tertib.
- n. Meningkatkan partisipasi warga sekolah dan masyarakat.
- o. Mewujudkan proses pembelajaran yang efektif.
- p. Menerapkan sistem evaluasi yang efektif dan melakukan perbaikan secara berkelanjutan.⁸⁰

4. Motto

Smart For Character Building.

Makna : Bermodalkan Kecerdasan Intelektual, Spiritual dan Emosi serta memiliki Daya Kreativitas yang tinggi membentuk Peserta Didik yang Berkarakter Jujur, Rendah Hati, Berdaya Juang Tinggi, Santun dan Cinta Kebangsaan.⁸¹

⁸⁰ Pedoman Buku Sejarah SMA 3 Tualang

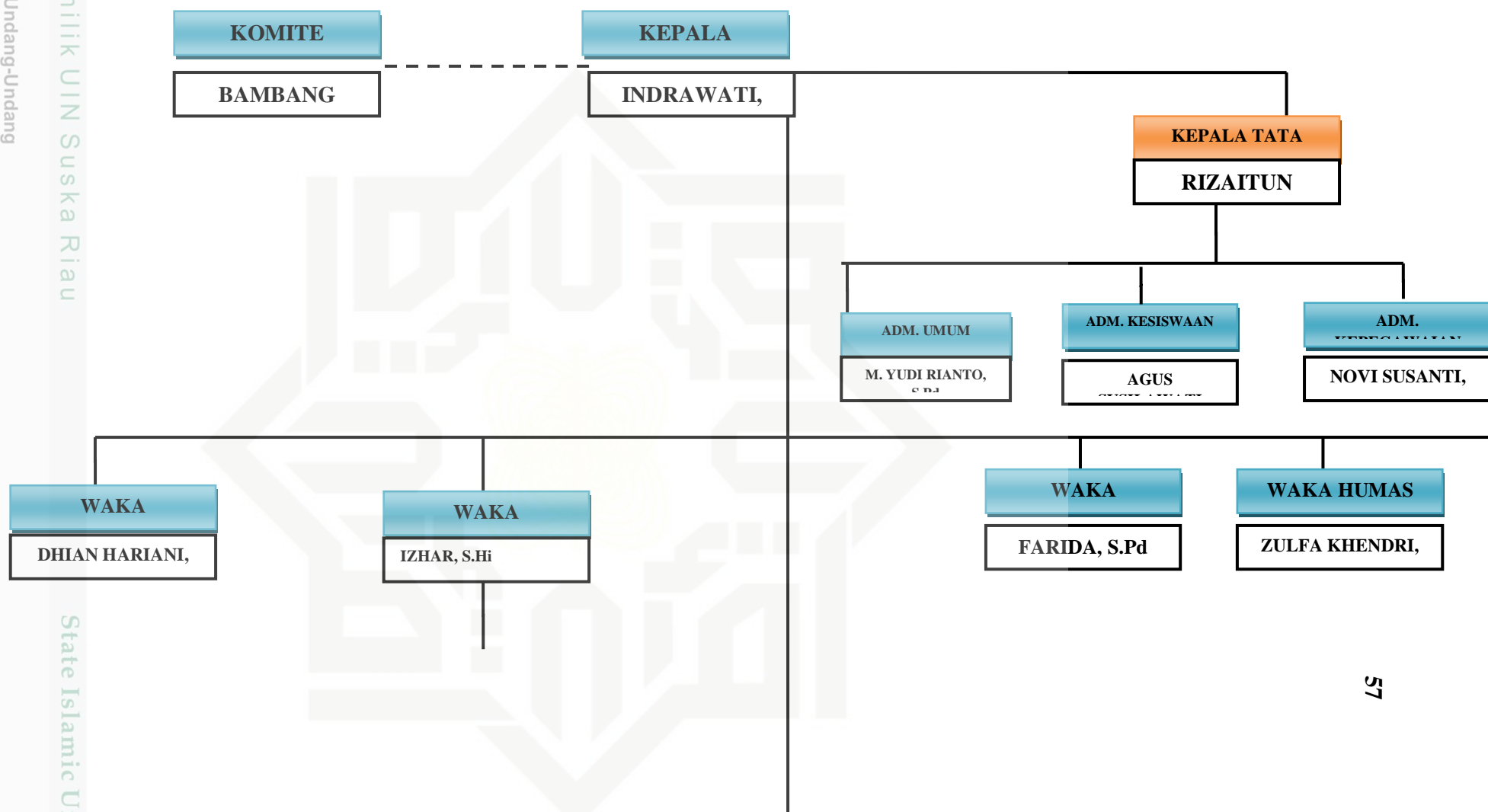
⁸¹ Pedoman Buku Sejarah SMA 3 Tualang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

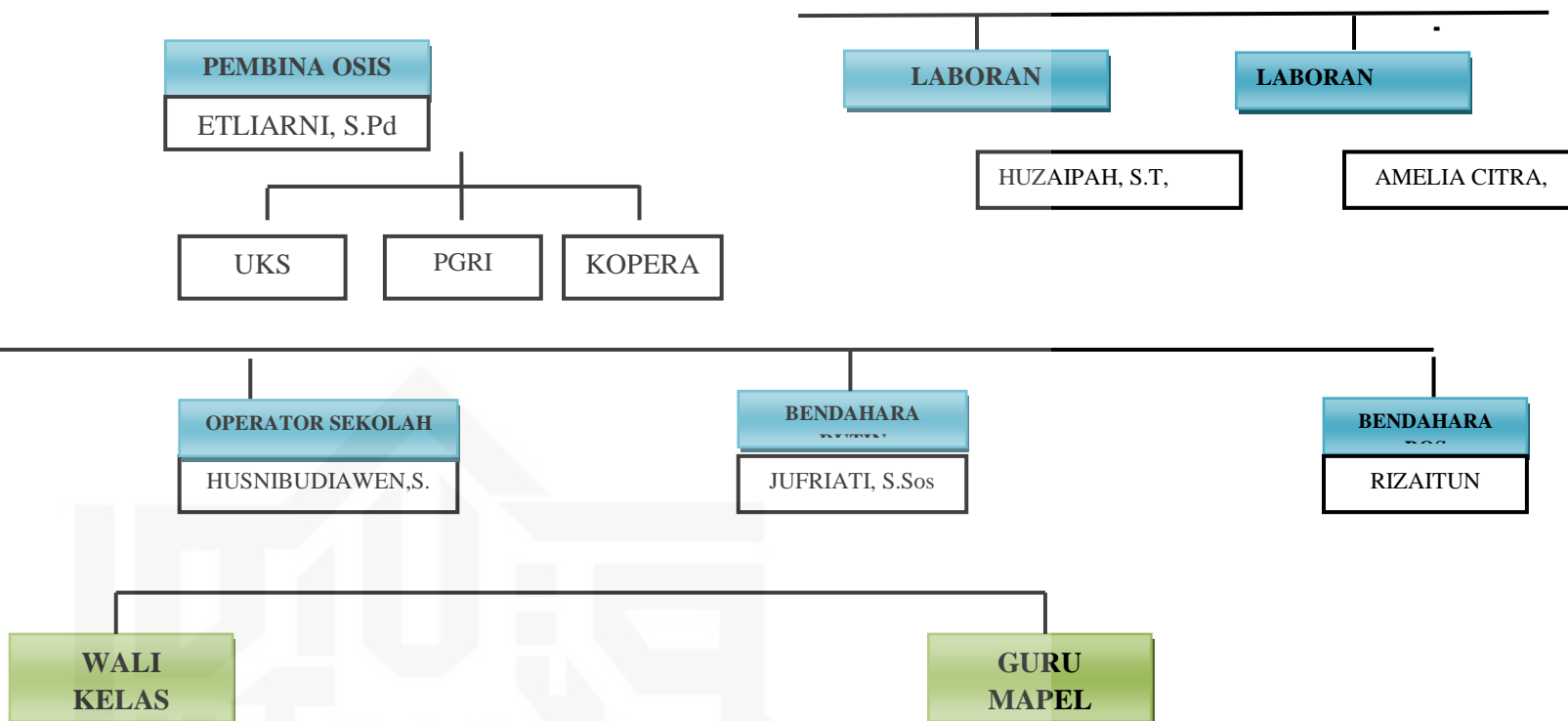
C. STRUKTUR ORGANISASISMA NEGERI 3 TUALANG

Gambar 4.1

(Struktur Organisasi SMA Negeri 3 Tualang)



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun



(Sumber : Bagian Tata Usaha SMA Negeri 3 Tualang)

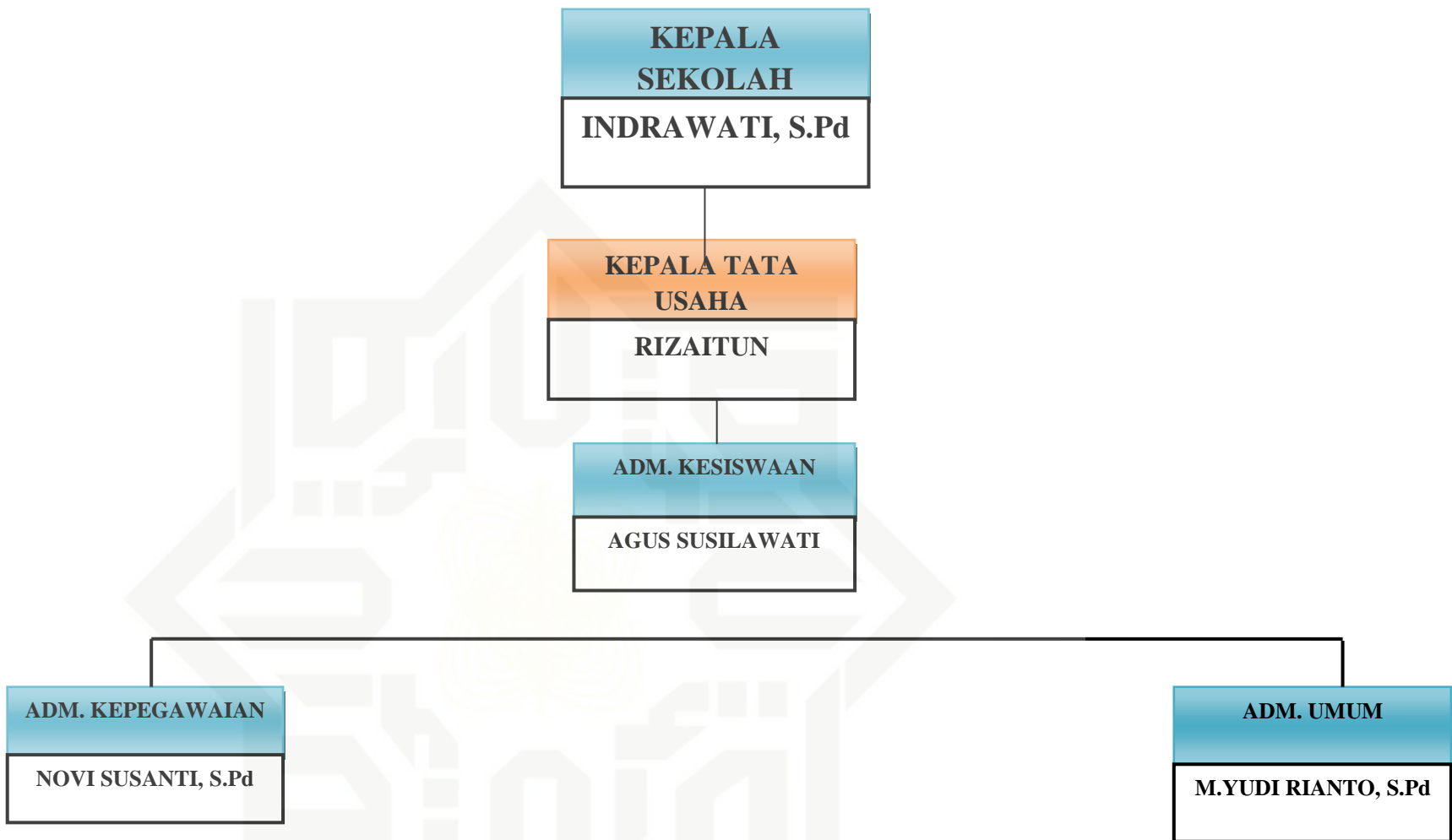
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

D. STRUKTUR ORGANISASI TU SMA NEGERI 3 TUALANG

Gambar 4.2

(Struktur Organisasi Tu SMA Negeri 3 Tualang)

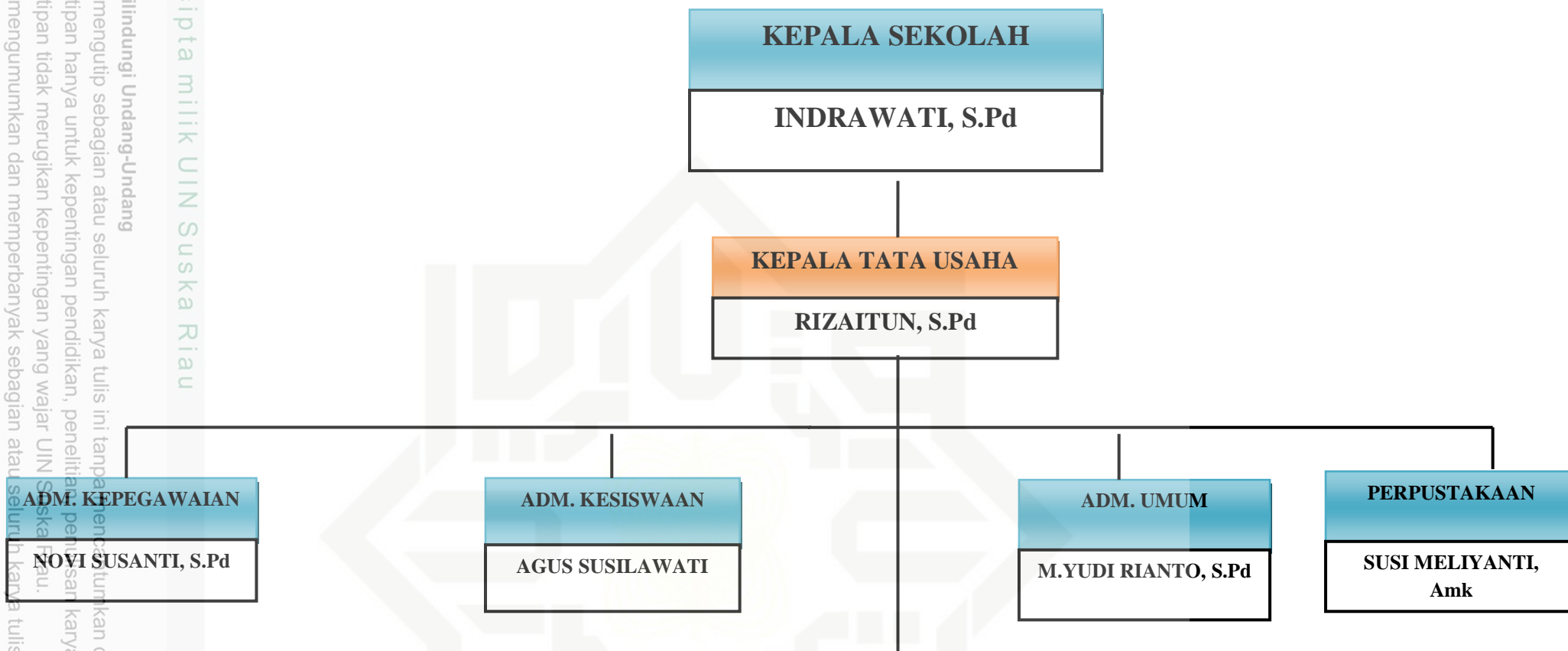


- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, dan sebagainya.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

E. STRUKTUR ORGANISASI TATA USAHA SMA NEGERI 3 TUALANG

Gambar 4.3

(Struktur Organisasi Tata Usaha Sma Negeri 3 Tualang)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun



(Sumber : Bagian Tata Usaha SMA Negeri 3 Tualang)

BAB VI PENUTUPAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Pengaruh Tayangan Iklan Rokok Ditelevisi Terhadap Perilaku Merokok Remaja Sma Di Sma Negeri 3 Tualang. Hal ini dapat dilihat dari hasil nilai Pengaruh Tayangan Iklan Rokok Ditelevisi Terhadap Perilaku Merokok Remaja Sma Di Sma Negeri 3 Tualang. Dengan hasil nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,826 > 2,000$) H_0 ditolak. Maka efek pesan dari media massa meliputi aspek kognitif, afektif dan behavioral. Efek kognitif terjadi apabila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami dan dipersepsi oleh khalayak. Efek yang berkaitan dengan transisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan atau informasi. Dan efek efektif ditimbulkan apabila ada perubahan yang dirasakan, disenangi atau dibenci oleh khalayak. Maka efek ini ditimbulkan dengan adanya hubungan emosi, sikap dan nilai dan efek behavioral yang merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola tindakan kegiatan atau kebiasaan berperilaku.

Dari nilai koefisien juga menyatakan bahwa terdapat hubungan korelasi antara Pengaruh Tayangan Iklan Rokok Ditelevisi Terhadap Perilaku Merokok Remaja SMA Di SMA Negeri 3 Tualang dengan nilai yang diperoleh 0,440 dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,01$ yaitu berada pada interval 0,40-0,559 kategori cukup kuat.

Adapun pengaruh secara positif antara iklan rokok di televisi terhadap perilaku merokok remaja SMA Negeri 3 Tualang, ini dibuktikan pada persamaan regresi linier sederhana yaitu : $Y = (19.384) + (0,957) X$. maka dalam analisis linier sederhana menunjukkan Pengaruh Tayangan Iklan Rokok Di televisi (X) berpengaruh positif terhadap perilaku merokok remaja SMA di SMA Negeri 3 Tualang (Y). yang artinya jika variabel Pengaruh Tayangan Iklan Rokok Di televisi (X) bertambah 1, maka variabel terhadap perilaku merokok remaja SMA di SMA Negeri 3 Tualang (Y) akan bertambah sebesar 0,957.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Besar Pengaruh Tayangan Iklan Rokok Ditelevisi Terhadap Perilaku Merokok Remaja SMA Di SMA Negeri 3 Tualang adalah sebesar 0,194 atau (19,4%), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain senilai (80,6%). Dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif antara Pengaruh Tayangan Iklan Rokok Ditelevisi Terhadap Perilaku Merokok Remaja SMA Di SMA Negeri 3 Tualang,

B. Saran

Melalui penelitian ini penulis ingin memberikan beberapa saran yang berhubungan dengan Pengaruh Tayangan Iklan Rokok Ditelevisi Terhadap Perilaku Merokok Remaja SMA Di SMA Negeri 3 Tualang sebagai berikut :

1. Walaupun iklan di media televisi memiliki pengaruh yang sangat rendah, untuk mengantisipasi penelitian menyarankan bagi orang tua agar tetap mengontrol dan menyeleksi program acara televisi yang dikonsumsi anak-anak mereka khususnya remaja.
2. Agar tidak terjadinya perilaku yang menumpang khususnya remaja. Para orang tua hendaknya mengawasi atau memperhatikan kegiatan anak-anaknya khususnya remaja, karena masa remaja merupakan proses penemuan jati diri individu sehingga memiliki tingkat kelabilan yang masih tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M dan Asrori M, *Psikologi Remaja perkembangan peserta didik*. Jakarta. PT. Bumi Aksara. 2006
- Angipora, Marius P. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi kedua. Jakarta : PT.RajaGrafindo Persada.2002
- Ardy D.S. “ *Promosi Iklan Dan Sponsor Rokok Strategi Perusahaan Remaja Menggiring Remaja Untuk Merokok*” *Benefit Journal Managemen Dan Bisnis*Vol.17, Nomor 1, juni (2013) Diakses pada tanggal 6 Desember 2019
- Baradja.F. *Pelajaran Jangan Mencoba Merokok*. Pelita. Jakarta 2008
- Burhan buigin. *Sosiologi Komunikasi, Teori, Paradigem Dan Diskursu Teknologi Komunikasi Di Masyarakat*. Jakarta, Kecana 2007
- Cangara, Hafied . *Pengantar ilmu komunikasi*. Jakarta. RajaGrafindo Persada. 2002
- Depkes.R. *Laporan Nasional Riset Kesehatan Dasar (riskesdes)*, 2007
- Diane E. Papalia, Dkk *Human Development* Jakarta Kencana, 2008.
- Danusantosa, H. *Rokok dan Perokok*. Jakarta Aksara
- Elivinaro ardianto dkk. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Bandung, Simbiosis Rekatama Media, 2007
- Elizabeth B Harlock, *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Erlangga 2003
- Fajarjuliansyah, *Prilaku Merokok Pada Remaja*
- Gerald c. Devison, dkk, *Psikologi Abnormal* (Jakarta: PT Raja Girofindo Persada). 2012
- Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Kmunikasi* Jakarta : PT. Rajagrafindo Pesada, 2008
- Hurlock, B.E. *Psikologi Perkembangan: suatu perkembangan sepanjang rentang kehidupan*. Jakarta. 1980
- Hasan, Iqbal, *Pokok-Pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensi.)*. Jakarta: Bumi Aksara.2008
- Indri Kemala Nasution, *Perilaku Merokok pada Remaja*.
- Imam Alhawary, *Pengertian, manfaat, Bahaya serta Hukum Rokok Dalam Persepsi Islam* (www.e-psikologi.com)
- Jhon W, Starlock, *Adolescence Perkembangan Remaja* Jakarta: Erlangga, 2002
- Kartini Kartono, *Psikologi Sosial 2 Kenakalan Remaja*, Jakarta, Pt Raja Grafindo Persada 2014

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- Komalasari, D.& avin, F.H. *Faktor-Faktor Penyebab Perilaku Merokok Pada Remaja*. Jurnal Psikologi. Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM
- Kotler, Philip .*Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan, Implementasi,Dan Pengendalian*. Jilid 2. Edisi ke enam. Jakarta : Erlangga 1998.
- Mappiare, Andi. *Psikologi Remaja*. Surabaya. Usaha Nasional. 1982
- Morrian, *Teori Komunikasi Individual Hingga Massa* (Jakarta : PT Fajar Interpratama Mandiri,2013),
- Mu'tadin,Z,*Remaja Dan rokok* (Online). Available 2002 diakses
- Mufrifka,*pengaruh iklan rokok di media televisi terhadap perilaku merokok remaja awal 2010 (studi terhadap siswa smp negeri 2 dayun kabupaten siak)* uin sultan syariif kasim Riau)
- Nasution, I.K *Perilaku Merokok Remaja*. Jurnal, Medan: Fak.Kedokteran Univ. Sumatera Utara
- Nana Sarina, *hubungan antara dukungan orang tua, teman sebaya dan iklan merokok dengan perilaku merokok pada siswa sma negeri 1 samatiga aceh barat*, Universitas Teuku Umar 2014
- Olivia Deliani Hutagaol, “*Strategi Kreatif Iklan Produk Rokok di Indonesia*”, *Exposure: Journal of Advanced Communication*, Vol.1 Nomor.1 2011
- “*Peraturan Gubernur Larang Merokok Mulai Disosialisasikan*”. 2005
- Onong. Uhjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*, (Bandung. Remaja Rosdakarya) 1990
- Rahmat, Jalaludin, *psikologi komunikasi*. Bandung PT Remaja Rosdakarya. 2004
- Santrock, J.W. *Remaja Edisi Ketujuh*, Jakarta. Erlangga. 1998
- Sarwono Salito W, *Psikologi Remaja*, Jakarta: Erlangga. 2004
- Siswanto Surjoharjo, *Anda Dapat Berhenti Merokok* . Yogyakarta Yayasan Andi 1995
- Siti mariyam, *Hubungan Kofformitas Kelompok Terhadap Kenakalan Remaja Siswa Mts Al Hidayah Depok*,(Uin Syarif Hidayatullah, 2006) Journal
- Syamsul Yusuf, *Psikologi Perkembangan Anak Dan Remaja* Bandung. Pt Remja Rosdakarya,2000S S/D 2011
- Setiyowati, Novia. *Daya Tarik Iklan Produksi Rokok Gudang Garam Merah* 2008
- Sulistyo, K.T. *Hubungan Antara Stres dengan Perilaku Merokok Pada Mahasiswa*.Skripsi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang
- syofian Sirega, *Metode Penelitian Kuantitatif*,
- Wahyu Bahtiar Rifa, *Jurnal Analisis Yuridis Terhadap Tayangan Iklan Rokok Di Releisi Indonesia, Program Study Ilmu Hukum Universitas Negeri Semrang* 2017

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

WHO *Reaport on the Global Tobacco Epidemic. Artikel.* Jakarta: Badan Kesehatan Dunia 2011.

Wismanto. Y.B. & B. Sarwo. *Strategi Penghentian Perilaku Merokok.* Universitas KarolikSoegijapranata. Semarang 2007

Yusuf LN, Syamsu. . *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja.* Bandung: PT. Remaja RosdaKarya 2004

Skripsi :

Aliasan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Misriana Sianipar dengan judul “hubungan sikap terhadap iklan rokok dan konformitas teman sebaya dengan perilaku merokok remaja” (Misriana Sianipar) 2015

Aliasan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Hubungan Perilaku Merokok Dengan Perasaan Peningkatan Harga Diri Remaja Di Desa Simpang Ayam Kecamatan Bengkalis Kecmatan Bengkalis.(Yuli Martina Pratama) 2016

Jurnal

Aliasan “Pengaruh Iklan Rokok Di Media Televisi Terhadap Perilaku Merokok Remaja Awal (Studi Terhadap SMA Negeri 2 Dayun)”. (Mufrifjah) 2010

Aliasan “Hubungan Antara Dukungan Orang Tua, Teman Sebaya dan Iklan Merokok Dengan Perilaku Merokok Pada Siswa SMA Negeri 1 Samatiga.” (Nana Sarinda)

Inernet :

http://www.who.int/tobacco/global_report/2011/en/index.html.

<http://www.hukumonline.com/detail.asp?id=13799ckl=aktual>

<http://www.e-psikologi.com/remaja/050602>

(www.e-psikologi.com)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Lampiran I

ANGKET PENELITIAN

Judul: Pengaruh Tayangan Iklan Rokok Di Televisi Terhadap Perilaku Merokok Remaja Sma Di Sma Negeri 3 Tualang

Petunjuk pengisian:

1. Perhatikan dan cermati setiap pertanyaan sebelum memilih jawaban.
2. Pertanyaan ini hanyalah semata-mata untuk penelitian ilmiah dan tidak mempengaruhi hal-hal yang lain.
3. Jawablah pertanyaan ini dengan jujur dan berilah tanda (✓) pada jawaban yang saudara anggap benar.
4. Peneliti mengucapkan terimakasih karena sudah membantu mengisi kuesioner penelitian yang diperuntukkan sebagai peneliti.

DAFTAR PERTANYAAN

A. Pertanyaan (Variabel X Pengaruh Iklan Rokok)

Beritanda ceklis pada salah satu jawaban yang anda pilih.

1. Seberapa sering anda melihat iklan rokok di media televisi ?

a. Sangat sering	c. Kadang kadang	e. Tidak pernah
b. Sering	d. Jarang	
2. Menurut anda bagaimana audio dan visual gambar iklan rokok yang di tayangkan media televisi ?

a. Sangat menarik	c. Cukup menarik	e. Tidak menarik
b. Menarik	d. Kurang menarik	
3. Apakah anda memahami makna dari iklan rokok di media televisi ?

a. Sangat memahami	c. Cukup memahami	e. Tidak memahami
b. Memahami	d. Kurang memahami	
4. Apakah anda tertarik ketika melihat iklan di media televisi ?

a. Sangat tertarik	c. Cukup tertarik	e. Tidak tertarik
b. Tertari	d. Kurang tertarik	
5. Apakah anda merasa senang ketika melihat iklan rokok di media televisi ?

a. Sangat senang	c. Cukup senang	e. Tidak senang
b. Senang	d. Kurang senang	

Hak cipta dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Apakah anda ingin meniru adegan atau kalimat iklan rokok yang ada di media televisi ?
 - Sangat ingin
 - Ingin
 - Cukup ingin
 - Kurang ingin
 - Tidak ingin
- Setelah menonton iklan rokok di media televisi, apakah anda berkeinginan untuk membeli produk rokok yang ada pada iklan ?
 - Sangat ingin
 - Ingin
 - Cukup ingin
 - Kurang ingin
 - Tidak ingin
- Apakah anda sering meniru adegan atau kalimat iklan rokok yang anda lihat di media televisi ?
 - Sangat sering
 - Sering
 - Kadang kadang
 - Jarang
 - Tidak pernah
- Apakah anda pernah mencoba produk rokok yang diiklankan di media televisi setelah media iklan rokok ?
 - Sangat sering
 - Sering
 - Kadang kadang
 - Jarang
 - Tidak pernah
- Apakah anda sering mengonsumsi produk rokok yang diiklankan di media televisi ?
 - Sangat sering
 - Sering
 - Kadang kadang
 - Jarang
 - Tidak pernah

B. Pertanyaan II (Variabel Y Perilaku Merokok Remaja Sma Di Sma Negeri 3 Tualang)

Beritanda ceklis pada salah satu jawaban yang anda pilih.

- Apakah anda sering merasakan efek positif setelah menghisap rokok ?
 - Sangat sering
 - Sering
 - Kadang kadang
 - Jarang
 - Tidak pernah
- Bagaimana perasaan positif yang anda rasakan setelah merokok ?
 - Sangat nikmat
 - Nikmat
 - Cukup nikmat
 - Kurang nikmat
 - Tidak nikmat
- Apakah anda sering merasa efek negatif setelah menghisap rokok ?
 - Sangat sering
 - Sering
 - Kadang kadang
 - Jarang
 - Tidak pernah
- Apakah anda merokok untuk menghilangkan perasaan amarah ?



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- | | | |
|------------------|------------------|-----------------|
| a. Sangat sering | c. Kadang kadang | e. Tidak pernah |
| b. Sering | d. Jarang | |
- Apakah dalam keadaan gelisah anda sering merokok ?

a. Sangat sering	c. Kadang kadang	e. Tidak pernah
b. Sering	d. Jarang	
 - Seberapa sering anda merokok dalam sehari ?

a. Sangat sering	d. Kadang kadang	
b. Sering		
c. Kadang kadang	e. Tidak tentu (kadang iya, kadang tidak)	
 - Apakah anda pernah merokok 15 batang dalam sebungkus ?

a. Sangat sering	c. Kadang kadang	e. Tidak pernah
b. Sering	d. Jarang	
 - Apakah anda pernah merokok 5-14 batang dalam sehari ?

a. Sangat sering	c. Kadang kadang	e. Tidak pernah
b. Sering	d. Jarang	
 - Apakah anda kerokok 1-4 batang sehari ?

a. Sangat sering	c. Kadang kadang	e. Tidak pernah
b. Sering	d. Jarang	
 - Brkumpul bersama teman apakah membuat anda sering merokok ?

a. Sangat sering	c. Kadang kadang	e. Tidak pernah
b. Sering	d. Jarang	
 - Apakah dalam kondisi stres membuat anda sering meokok ?

a. Sangat sering	c. Kadang kadang	e. Tidak pernah
b. Sering	d. Jarang	
 - Apakah anda sering merokok di tempat umum ?

a. Sangat sering	c. Kadang kadang	e. Tidak pernah
b. Sering	d. Jarang	
 - Menghisap rokok sering anda lakukan hanya dengan orang-orang yang sesama merokok ?

a. Sangat sering	c. Kadang kadang	e. Tidak pernah
b. Sering	d. Jarang	
 - Apakah anda sering menghisap rokok di tengah-tengah orang yang tidak merokok ?

a. Sangat sering	c. Kadang kadang	e. Tidak pernah
------------------	------------------	-----------------



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Sering

d. Jarang

15. Apakah anda sering merokok ditempat pribadi ?

a. Sangat sering

c. Kadang kadang

e. Tidak pernah

b. Sering

d. Jarang

16. Apakah kamar pribadi anda sering anda gunakan untuk merokok ?

a. Sangat sering

c. Kadang kadang

e. Tidak pernah

b. Sering

d. Jarang

17. Apakah anda sering merokok di toilet ?

a. Sangat sering

c. Kadang kadang

e. Tidak pernah

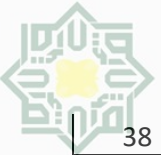
b. Sering

d. Jarang

Tabulasi Data Variabel X

“PENGARUH TAYANGAN IKLAN ROKOK DI TELEVISI”

NO	SCORE ITEM X										total
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	
1	3	5	5	3	2	1	5	1	5	5	35
2	4	3	4	5	3	4	4	4	4	4	39
3	2	1	3	2	1	1	2	3	3	3	21
4	3	5	5	3	2	1	5	1	5	5	35
5	4	3	4	5	3	4	4	4	4	4	39
6	4	4	2	3	2	1	1	1	3	2	23
7	3	5	3	4	3	1	2	2	1	3	27
8	5	5	4	1	1	5	2	4	4	4	35
9	4	3	1	1	2	1	1	1	4	1	19
10	4	3	3	4	4	4	2	2	1	3	30
11	3	1	1	1	2	1	1	1	1	1	13
12	4	4	2	5	3	1	1	1	2	2	25
13	5	5	5	4	1	5	4	4	2	5	40
14	3	3	2	4	3	5	1	1	2	2	26
15	3	3	3	3	4	3	5	4	3	3	34
16	4	4	5	5	1	5	4	4	4	5	41
17	4	4	1	3	2	2	1	3	4	1	25
18	3	3	3	4	2	3	1	5	3	3	30
19	4	4	2	1	1	1	1	1	2	2	19
20	5	3	4	1	3	4	3	3	1	4	31
21	3	5	4	2	3	1	5	3	1	4	31
22	4	3	4	2	1	3	4	1	4	4	30
23	4	3	4	1	1	5	4	4	4	4	34
24	3	5	3	4	3	1	4	1	3	3	30
25	3	3	2	2	3	5	1	1	2	2	24
26	5	3	5	1	1	5	4	4	2	5	35
27	4	1	2	3	5	1	1	1	2	2	22
28	4	1	2	3	1	1	1	1	2	2	18
29	3	1	1	1	2	1	1	1	1	1	13
30	4	3	3	4	4	4	2	2	1	3	30
31	4	3	1	1	2	1	1	1	4	1	19
32	5	4	4	1	1	5	2	4	4	4	34
33	3	5	2	4	3	1	2	2	1	2	25
34	4	4	2	3	2	1	1	1	3	2	23
35	5	4	1	2	1	1	1	1	1	1	18
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
37	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13



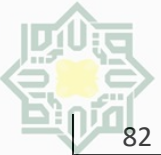
38	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11
39	5	3	4	1	3	4	3	3	1	4	31
40	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13
41	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13
42	5	4	1	2	1	3	1	4	1	1	23
43	5	4	1	2	1	3	1	4	1	1	23
44	2	1	1	4	1	1	1	1	1	1	14
45	2	1	1	3	2	2	1	1	1	1	15
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
47	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13
48	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11
49	4	3	4	2	2	2	2	2	4	4	29
50	3	3	3	5	5	4	3	3	5	3	37
51	3	3	4	4	3	1	4	4	4	4	34
52	3	5	4	3	3	4	4	4	4	4	38
53	4	4	3	3	3	1	4	3	3	3	31
54	4	2	5	2	4	3	5	3	1	5	34
55	4	2	1	2	1	4	1	4	4	1	24
56	4	5	5	5	3	3	4	4	5	5	43
57	2	3	3	3	3	4	5	4	5	3	35
58	2	3	1	1	1	2	1	1	1	1	14
59	2	5	1	5	1	1	1	1	1	1	19
60	2	5	1	5	1	1	1	1	1	1	19
61	4	3	3	3	4	3	3	1	3	3	30
62	3	1	2	3	1	1	1	2	1	2	17
63	3	2	4	2	2	1	4	5	4	4	31
64	3	3	2	3	3	1	2	2	2	2	23
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
66	2	3	1	3	3	1	1	1	1	1	17
67	3	2	1	3	2	1	2	1	1	1	17
68	4	1	1	1	2	1	1	1	1	1	14
69	3	3	4	1	1	1	2	2	4	4	25
70	2	3	4	2	3	3	2	4	4	4	31
71	4	3	3	2	1	3	3	5	3	3	30
72	5	3	4	4	3	4	4	2	4	4	37
73	3	3	2	3	3	3	1	1	2	2	23
74	5	2	1	2	3	1	1	1	1	1	18
75	5	3	4	4	5	1	1	3	1	4	31
76	4	5	3	5	3	3	4	3	2	3	35
77	5	3	2	3	3	3	3	5	1	2	30
78	5	3	4	3	3	2	4	4	4	4	36
79	3	3	2	3	3	2	2	1	2	2	23
80	5	4	1	1	2	1	1	1	1	1	18
81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

1. Dianggap mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

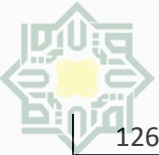


2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.

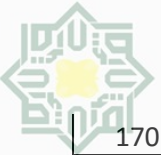
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

82	5	1	3	1	1	1	5	4	3	3	27
83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
84	5	5	5	4	4	1	1	3	5	5	38
85	3	3	4	4	4	4	4	3	5	4	38
86	3	3	2	3	1	3	3	4	3	2	27
87	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
88	4	4	2	2	4	4	2	2	2	2	28
89	5	1	1	2	2	2	1	1	3	1	19
90	4	4	4	3	1	1	3	2	4	4	30
91	5	3	5	3	1	4	3	1	4	5	34
92	4	4	3	2	2	2	3	3	3	3	29
93	3	4	1	2	1	1	1	1	1	1	16
94	2	4	5	3	3	5	5	5	5	5	42
95	3	3	3	3	1	1	3	1	3	3	24
96	3	4	1	3	4	1	1	1	1	1	20
97	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
98	3	2	3	4	4	1	1	4	3	3	28
99	5	3	1	1	1	1	1	1	1	1	16
100	5	3	3	2	2	1	1	3	3	3	26
101	4	2	2	1	4	1	1	1	2	2	20
102	2	2	2	4	1	1	1	1	2	2	18
103	3	3	4	4	4	4	4	3	5	4	38
104	3	3	2	3	1	3	3	4	3	2	27
105	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
106	4	4	2	2	4	4	2	2	2	2	28
107	5	1	1	2	2	2	1	1	3	1	19
108	4	4	4	3	1	1	3	2	4	4	30
109	5	3	5	3	1	4	3	1	4	5	34
110	4	4	3	2	2	2	3	3	3	3	29
111	3	4	1	2	1	1	1	1	1	1	16
112	2	4	5	3	3	5	5	5	5	5	42
113	3	3	3	3	1	1	3	1	3	3	24
114	3	4	1	3	4	1	1	1	1	1	20
115	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
116	3	2	3	4	4	1	1	4	3	3	28
117	5	3	1	1	1	1	1	1	1	1	16
118	3	3	3	4	2	3	1	5	3	3	30
119	4	4	2	1	1	1	1	1	2	2	19
120	5	3	4	1	3	4	3	3	1	4	31
121	3	5	4	2	3	1	5	3	1	4	31
122	4	3	4	2	1	3	4	1	4	4	30
123	4	3	4	1	1	5	4	4	4	4	34
124	3	5	3	4	3	1	4	1	3	3	30
125	3	3	2	2	3	5	1	1	2	2	24



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

126	5	3	5	1	1	5	4	4	2	5	35
127	4	1	2	3	5	1	1	1	2	2	22
128	4	1	2	3	1	1	1	1	2	2	18
129	3	1	1	1	2	1	1	1	1	1	13
130	4	3	3	4	4	4	2	2	1	3	30
131	4	3	1	1	2	1	1	1	4	1	19
132	5	4	4	1	1	5	2	4	4	4	34
133	3	5	2	4	3	1	2	2	1	2	25
134	4	4	2	3	2	1	1	1	3	2	23
135	5	4	1	2	1	1	1	1	1	1	18
136	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
137	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13
138	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11
139	5	3	4	1	3	4	3	3	1	4	31
140	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13
141	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13
142	5	4	1	2	1	3	1	4	1	1	23
143	5	4	1	2	1	3	1	4	1	1	23
144	3	5	5	3	2	1	5	1	5	5	35
145	4	3	4	5	3	4	4	4	4	4	39
146	2	1	3	2	1	1	2	3	3	3	21
147	3	5	5	3	2	1	5	1	5	5	35
148	4	3	4	5	3	4	4	4	4	4	39
149	4	4	2	3	2	1	1	1	3	2	23
150	3	5	3	4	3	1	2	2	1	3	27
151	5	5	4	1	1	5	2	4	4	4	35
152	4	3	1	1	2	1	1	1	4	1	19
153	4	3	3	4	4	4	2	2	1	3	30
154	3	1	1	1	2	1	1	1	1	1	13
155	4	4	2	5	3	1	1	1	2	2	25
156	5	5	5	4	1	5	4	4	2	5	40
157	3	3	2	4	3	5	1	1	2	2	26
158	3	3	3	3	4	3	5	4	3	3	34
159	4	4	5	5	1	5	4	4	4	5	41
160	4	4	1	3	2	2	1	3	4	1	25
161	3	3	3	4	2	3	1	5	3	3	30
162	4	4	2	1	1	1	1	1	2	2	19
163	5	3	4	1	3	4	3	3	1	4	31
164	3	5	4	2	3	1	5	3	1	4	31
165	4	3	4	2	1	3	4	1	4	4	30
166	4	3	4	1	1	5	4	4	4	4	34
167	3	5	3	4	3	1	4	1	3	3	30
168	3	3	2	2	3	5	1	1	2	2	24
169	5	3	5	1	1	5	4	4	2	5	35



170	4	1	2	3	5	1	1	1	2	2	22
171	4	1	2	3	1	1	1	1	2	2	18
172	3	1	1	1	2	1	1	1	1	1	13
173	4	3	3	4	4	4	2	2	1	3	30
174	4	3	1	1	2	1	1	1	4	1	19
175	5	4	4	1	1	5	2	4	4	4	34
176	3	5	2	4	3	1	2	2	1	2	25
177	4	4	2	3	2	1	1	1	3	2	23
178	5	4	1	2	1	1	1	1	1	1	18
179	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
180	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13
181	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11
182	5	3	4	1	3	4	3	3	1	4	31
183	5	3	5	1	1	5	4	4	2	5	35
184	4	1	2	3	5	1	1	1	2	2	22
185	4	1	2	3	1	1	1	1	2	2	18
186	3	1	1	1	2	1	1	1	1	1	13
187	4	3	3	4	4	4	2	2	1	3	30
188	4	3	1	1	2	1	1	1	4	1	19
189	5	4	4	1	1	5	2	4	4	4	34
190	3	5	2	4	3	1	2	2	1	2	25
191	4	4	2	3	2	1	1	1	3	2	23
192	5	4	1	2	1	1	1	1	1	1	18
193	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
194	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13
195	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11
196	5	3	4	1	3	4	3	3	1	4	31

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 3

TABULASI VARIABEL Y

“PERILAKU MEROKOK REMAJA SMA DI SMA NEGERI 3 TUALANG”

[illegible]



30	5	2	3	4	2	3	3	3	2	5	2	2	3	3	3	5	4	54
31	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
32	2	4	4	4	2	2	4	3	4	4	4	4	4	4	2	1	1	53
33	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
34	1	1	2	1	1	2	1	1	3	2	3	2	3	2	1	1	1	28
35	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85
37	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
38	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
39	3	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	3	3	4	4	3	68
40	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
41	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
42	4	3	5	5	1	1	1	1	5	5	1	4	1	1	1	1	1	41
43	4	3	5	5	1	1	1	1	5	5	1	4	1	1	1	1	1	41
44	4	3	3	1	2	3	3	1	5	5	5	5	5	5	5	5	1	61
45	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85
47	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
48	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
49	4	3	5	4	2	1	3	2	2	4	3	4	1	4	4	1	1	48
50	5	4	2	5	5	1	2	3	3	5	3	2	3	4	2	1	2	52
51	4	5	1	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	1	4	1	3	56
52	1	4	1	1	3	4	1	4	5	4	3	5	5	1	2	1	1	46
53	4	4	3	5	5	3	4	4	3	5	4	3	3	4	4	1	3	62
54	1	4	1	4	4	4	1	1	1	1	1	3	4	3	3	1	4	41
55	4	4	2	4	4	5	3	3	4	4	4	5	3	4	2	4	2	61
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	4	2	5	77
57	5	3	4	3	5	2	4	1	4	5	4	5	5	3	4	3	5	65
58	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
59	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20
60	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20
61	1	2	1	1	1	2	1	1	3	1	1	3	1	4	1	1	1	26
62	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1	1	21
63	3	4	3	4	1	3	3	1	2	4	3	2	4	3	2	4	2	48
64	2	3	2	3	3	2	1	1	2	4	4	3	3	3	2	2	2	42
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85
66	4	3	2	5	5	1	1	2	5	5	4	5	5	2	1	2	1	53
67	1	2	4	3	1	1	1	1	3	2	3	1	3	2	3	1	1	33
68	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
69	1	1	3	1	1	1	1	1	3	4	1	1	4	1	4	1	1	30
70	1	4	3	3	4	5	4	2	5	5	3	2	5	2	2	5	4	59

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

UIN Suska Riau

UIN Suska Riau

UIN Suska Riau

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

a. Dilarang memperjualbelikan, menyewakan, atau melakukan tindakan lain yang merugikan UIN Suska Riau, tanpa izin UIN Suska Riau.



71	4	4	4	5	4	3	4	5	5	5	5	5	5	3	5	2	1	69
72	4	3	4	3	2	2	1	1	2	2	2	4	1	4	3	1	1	40
73	3	4	1	3	4	2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	2	1	33
74	3	1	5	3	1	2	1	3	1	2	3	1	3	1	3	1	1	35
75	5	3	4	3	3	1	1	4	3	1	1	4	4	1	1	1	1	41
76	5	3	4	3	3	2	1	2	1	2	3	1	1	1	3	5	5	45
77	4	4	5	4	5	2	4	5	5	5	2	3	4	1	1	1	1	56
78	4	4	3	5	4	5	3	4	4	5	5	5	4	3	4	1	4	67
79	4	3	4	2	5	1	1	1	5	5	5	3	4	3	1	1	1	49
80	3	4	3	2	4	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	29
81	1	4	4	5	5	1	1	3	4	4	4	5	5	4	4	3	3	60
82	4	4	2	3	3	3	1	2	1	2	2	2	3	3	5	5	1	46
83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85
84	4	5	1	5	4	4	5	5	4	1	4	3	3	4	4	3	1	60
85	4	4	4	5	1	1	1	3	4	4	3	4	5	4	5	5	4	61
86	4	3	4	3	4	3	1	1	3	2	5	1	3	3	4	1	3	48
87	3	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	5	3	2	4	68
88	4	5	4	5	4	4	3	3	5	5	5	5	5	2	4	4	3	70
89	1	1	4	1	1	1	1	4	1	3	1	1	3	1	1	1	1	27
90	4	4	4	4	4	4	3	1	3	4	5	5	5	5	3	1	1	60
91	4	4	3	2	4	4	2	1	5	5	4	2	4	2	2	1	2	51
92	3	3	3	2	4	4	4	3	3	4	3	3	4	2	5	1	2	53
93	1	4	5	3	5	3	5	1	4	4	3	4	2	4	1	1	4	54
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85
95	5	3	4	4	1	3	2	1	3	5	4	2	4	2	2	1	1	47
96	1	4	1	4	4	1	1	4	1	1	5	1	1	1	1	1	1	33
97	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85
98	3	3	3	3	3	3	3	1	3	5	4	4	2	3	3	3	1	50
99	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	1	1	31
100	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	3	1	2	5	3	2	3	33
101	2	4	1	1	1	1	4	2	1	4	4	2	4	4	1	3	3	42
102	4	5	5	4	3	4	4	1	3	5	4	2	4	1	1	4	1	55
103	4	4	2	3	3	3	1	2	1	2	2	2	3	3	5	5	1	46
104	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85
105	4	5	1	5	4	4	5	5	4	1	4	3	3	4	4	3	1	60
106	4	4	4	5	1	1	1	3	4	4	3	4	5	4	5	5	4	61
107	4	3	4	3	4	3	1	1	3	2	5	1	3	3	4	1	3	48
108	3	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	5	3	2	4	68
109	4	5	4	5	4	4	3	3	5	5	5	5	5	2	4	4	3	70
110	1	1	4	1	1	1	1	4	1	3	1	1	3	1	1	1	1	27
111	4	4	4	4	4	4	3	1	3	4	5	5	5	5	3	1	1	60

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

State Library of Surinam University of Kasim Riau

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

a. Dilarang memperjualbelikan, menyewakan, atau melakukan tindakan lain yang merugikan UIN Suska Riau.



112	4	4	3	2	4	4	2	1	5	5	4	2	4	2	2	1	2	51
113	3	3	3	2	4	4	4	3	3	4	3	3	4	2	5	1	2	53
114	1	4	5	3	5	3	5	1	4	4	3	4	2	4	1	1	4	54
115	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85
116	5	3	4	4	1	3	2	1	3	5	4	2	4	2	2	1	1	47
117	1	4	1	4	4	1	1	4	1	1	5	1	1	1	1	1	1	33
118	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85
119	3	3	3	3	3	3	3	1	3	5	4	4	2	3	3	3	1	50
120	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	1	1	31
121	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	3	1	2	5	3	2	3	33
122	2	4	1	1	1	1	4	2	1	4	4	2	4	4	1	3	3	42
123	4	5	5	4	3	4	4	1	3	5	4	2	4	1	1	4	1	55
124	3	5	3	1	3	2	3	3	5	3	4	4	4	3	3	3	3	55
125	1	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	2	2	57
126	5	4	1	3	4	5	2	3	5	5	4	3	5	3	5	3	2	62
127	3	5	3	1	3	2	3	3	5	3	4	4	4	3	3	3	3	55
128	1	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	2	2	57
129	1	1	2	1	1	2	1	1	3	2	2	3	2	3	3	1	1	30
130	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
131	2	4	4	4	4	2	2	4	3	4	4	4	4	1	2	1	1	50
132	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
133	5	2	3	2	4	4	3	3	2	5	2	3	3	3	3	5	2	54
134	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
135	1	1	5	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	1	1	25
136	5	5	2	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	2	69
137	4	3	2	4	2	1	1	2	2	4	4	4	4	1	1	1	1	41
138	3	4	2	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	74
139	5	5	2	4	4	5	4	5	5	4	3	3	4	4	3	4	3	67
140	5	5	1	3	4	1	1	3	2	3	4	1	2	3	4	3	1	46
141	4	5	3	5	1	5	1	3	5	5	5	5	5	5	5	3	3	68
142	5	5	2	5	5	5	3	4	5	5	5	5	3	4	5	5	2	73
143	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	3	3	4	4	3	68
144	4	5	3	5	1	5	1	3	5	5	5	5	5	5	5	3	3	68
145	5	5	1	3	4	1	2	3	2	3	4	1	2	3	4	3	1	47
146	5	5	2	4	4	5	4	4	5	5	4	3	3	4	4	3	4	68
147	3	4	2	3	4	5	3	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	70
148	4	3	2	4	2	1	2	2	4	5	1	1	1	1	1	1	1	36
149	5	5	2	2	2	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	1	2	67
150	1	1	5	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	1	1	25
151	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1	25
152	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17

Halaman 114 dari 114

UIN Suska Riau

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



153	5	2	3	4	2	3	3	3	2	5	2	2	3	3	3	5	4	54
154	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
155	2	4	4	4	2	2	4	3	4	4	4	4	4	4	2	1	1	53
156	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
157	1	1	2	1	1	2	1	1	3	2	3	2	3	2	1	1	1	28
158	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
159	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85
160	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
161	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
162	3	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	3	3	4	4	3	68
163	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
164	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
165	4	3	5	5	1	1	1	1	5	5	1	4	1	1	1	1	1	41
166	4	3	5	5	1	1	1	1	5	5	1	4	1	1	1	1	1	41
167	4	3	3	1	2	3	3	1	5	5	5	5	5	5	5	5	1	61
168	5	2	3	4	2	3	3	3	2	5	2	2	3	3	3	5	4	54
169	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
170	2	4	4	4	2	2	4	3	4	4	4	4	4	4	2	1	1	53
171	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
172	1	1	2	1	1	2	1	1	3	2	3	2	3	2	1	1	1	28
173	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
174	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85
175	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
176	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
177	3	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	3	3	4	4	3	68
178	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
179	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
180	4	3	5	5	1	1	1	1	5	5	1	4	1	1	1	1	1	41
181	4	3	5	5	1	1	1	1	5	5	1	4	1	1	1	1	1	41
182	4	3	3	1	2	3	3	1	5	5	5	5	5	5	5	5	1	61
183	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
184	5	2	3	4	2	3	3	3	2	5	2	2	3	3	3	5	4	54
185	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
186	2	4	4	4	2	2	4	3	4	4	4	4	4	4	2	1	1	53
187	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
188	1	1	2	1	1	2	1	1	3	2	3	2	3	2	1	1	1	28
189	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
190	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85
191	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
192	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
193	3	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	3	3	4	4	3	68

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



194	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
195	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
196	4	3	5	5	1	1	1	1	5	5	1	4	1	1	1	1	1	41

Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 4

Hasil Output Validitas Dan Reabilitas Variabel X (Pengaruh Tayangan Iklan Rokok Di Televisi)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	23.35	88.443	.898	.	.889
X2	22.93	99.513	.515	.	.912
X3	23.35	88.443	.898	.	.889
X4	23.43	99.898	.470	.	.915
X5	23.76	102.647	.397	.	.918
X6	23.66	92.831	.621	.	.907
X7	23.74	89.968	.798	.	.895
X8	23.73	93.334	.684	.	.903
X9	23.54	95.399	.618	.	.907
X10	23.35	88.443	.898	.	.889

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.912	.910	10

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta dimiliki UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hasil Output Validitas Dan Reabilitas Variabel Y
(Minat Musik Dangdut Pada Siswa SMA N 1 Kubu ROHIL)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
y1	42.52	393.533	.721	.676	.961
y2	42.34	385.365	.869	.843	.958
y3	42.63	410.131	.499	.454	.964
y4	42.58	394.286	.730	.742	.960
y5	42.83	395.443	.738	.676	.960
y6	42.86	388.550	.823	.742	.959
y7	43.11	395.696	.775	.732	.960
y8	42.98	394.477	.755	.705	.960
y9	42.39	387.542	.810	.804	.959
y10	42.12	386.323	.814	.815	.959
y11	42.44	389.263	.825	.815	.959
y12	42.55	389.736	.812	.786	.959
y13	42.46	391.194	.811	.779	.959
y14	42.81	396.506	.743	.722	.960
y15	42.72	391.454	.790	.761	.959
y16	43.17	398.561	.673	.623	.961
y17	43.36	402.232	.707	.652	.961

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.962	.962	17

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:

a. Pengutipan harus untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Lampiran 6

Output Regresi Linier Sederhana

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,440 ^a	,194	,189	8,716	,194	46,588	1	194	,000	2,263

a. Predictors: (Constant), terhadap perilaku remaja sma di sma negeri 3 tualang

b. Dependent Variable: pengaruh tayangan iklan rokok ditelevisi

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3539,292	1	3539,292	46,588	,000 ^b
	Residual	14738,117	194	75,970		
	Total	18277,408	195			

a. Dependent Variable: pengaruh tayangan iklan rokok ditelevisi

b. Predictors: (Constant), terhadap perilaku remaja sma di sma negeri 3 tualang

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	21,41	35,17	27,15	4,260	196
Std. Predicted Value	-1,347	1,883	,000	1,000	196
Standard Error of Predicted Value	,623	1,330	,858	,198	196
Adjusted Predicted Value	20,99	35,56	27,15	4,258	196
Residual	-21,947	28,587	,000	8,694	196
Std. Residual	-2,518	3,280	,000	,997	196
Stud. Residual	-2,537	3,304	,000	1,003	196
Deleted Residual	-22,272	29,005	,005	8,794	196
Stud. Deleted Residual	-2,573	3,392	,001	1,008	196
Mahal. Distance	,000	3,544	,995	,943	196
Cook's Distance	,000	,080	,006	,010	196
Centered Leverage Value	,000	,018	,005	,005	196

a. Dependent Variable: pengaruh tayangan iklan rokok ditelevisi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Pengutipan harus menyebutkan sumber:
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Lampiran 7

Output Pearson Product Moment

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
pengaruh tayangan iklan rokok ditelevisi	27,15	9,681	196
terhadap perilaku remaja sma di sma negeri 3 tualang	45,37	21,053	196

Correlations

		pengaruh tayangan iklan rokok ditelevisi	terhadap perilaku remaja sma di sma negeri 3 tualang
Pearson Correlation	pengaruh tayangan iklan rokok ditelevisi	1,000	,440
	terhadap perilaku remaja sma di sma negeri 3 tualang	,440	1,000
Sig. (1-tailed)	pengaruh tayangan iklan rokok ditelevisi	.	,000
	terhadap perilaku remaja sma di sma negeri 3 tualang	,000	.
N	pengaruh tayangan iklan rokok ditelevisi	196	196
	terhadap perilaku remaja sma di sma negeri 3 tualang	196	196

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta, Ilmiah, dan Undang-Undang



1. Dilarang menjiplak atau seluruh atau sebagian dari tulisan, naskah, gambar, atau karya tulis lainnya tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta milik UIN Suska Riau



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



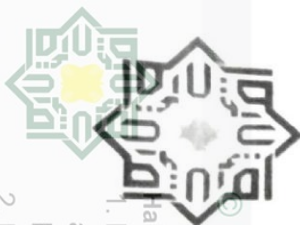
1. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.





KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web www.uin-suska.ac.id, E-mail: lain-sq@pekanbaru-indo.net.id

Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/9094/2019
Sifat : Biasa
Lampiran : 1 (satu) Exemplar
Hal : Mengadakan Penelitian.

Pekanbaru, 21 Rabiul Akhir 1441 H
19 Desember 2019

Kepada Yth,
Gubernur Riau
Unit Layanan Terpadu Satu Pintu
Di

Tempat

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat,

Kami sampaikan bahwa datang menghadap bapak, mahasiswa kami:

Nama	: RATIH SULASMI
N I M	: 11543202088
Semester	: IX (Sembilan)
Jurusan	: Ilmu Komunikasi
Pekerjaan	: Mahasiswa Fak. Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau

Akan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi tingkat Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul:

Pengaruh Tayangan Iklan Rokok Di Televisi Terhadap Perilaku Merokok Remaja SMA Di SMA Negeri 3 Tualang

Untuk maksud tersebut kami mohon Bapak berkenan memberikan petunjuk-petunjuk dan rekomendasi terhadap pelaksanaan penelitian tersebut.

Demikianlah kami sampaikan dan atas perhatian Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalam
a.n. Rektor,
Dekan,

Dr. Nurdin, MA
NIP.19630620 200604 1 015

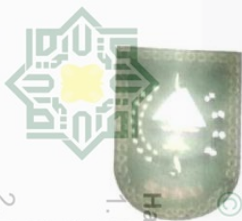
Tembusan :
1 Mahasiswa yang bersangkutan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- a. Dianggap mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber;
- b. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PEMERINTAH PROVINSI RIAU DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I & II Komp. Kantor Gubernur Riau
Jl. Jenderal Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39119 Fax (0761) 39117, PEKANBARU
Email: dpmptsp@riau.go.id

Kode Pos 28126



032010

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPTSP/NON IZIN-RISET/29593
TENTANG

PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/9094/2019 Tanggal 19 Desember 2019**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

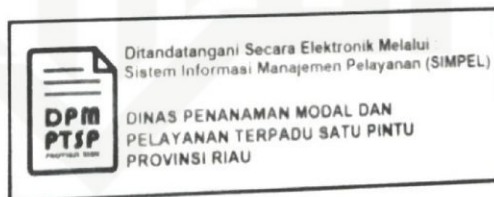
1. Nama	:	RATIH SULASMI
2. NIM / KTP	:	11543202088
3. Program Studi	:	ILMU KOMUNIKASI
4. Jenjang	:	S1
5. Alamat	:	PEKANBARU
6. Judul Penelitian	:	PENGARUH TAYANGAN IKLAN ROKOK DI TELEVISI TERHADAP PERILAKU MEROKOK REMAJA SMA DI SMA NEGERI 3 TUALANG
7. Lokasi Penelitian	:	SMA NEGERI 3 TUALANG KABUPATEN SIAK

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 13 Januari 2020



Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

- Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
- Kepala Dinas Pendidikan Provinsi Riau di Pekanbaru
- Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru
- Yang Bersangkutan

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutipkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan artikel atau buku dan sebagainya.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.



PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENDIDIKAN
SEKOLAH MENENGAH ATAS (SMA) NEGERI 3 TUALANG

Alamat : Jl. AMD Desa Pinang Sebatang Timur Kecamatan Tualang Kab. Siak Prov. Riau - Kode Pos : 28772
e-mail : smn3tualang@gmail.com HP : 081267525522
NIS : 300080 - NSS : 301 091 104 008 - NPSN : 10403419
Akreditasi "A"

SURAT KETERANGAN

Nomor : 422/SMAN 3 Tualang/016

Yang bertanda tangan di bawah ini kepala SMA Negeri 3 Tualang Kabupaten Siak,

Nama

: INDRAWATI, S.Pd

NIP

: 19680806 199512 2 001

Pangkat / Golongan

: Pembina Tk. I (IV.b)

Alamat Sekolah

: Jl. AMD Desa Pinang Sebatang Timur

Menerangkan bahwa :

Nama

: RATIH SULASMI

Nomor Mahasiswa

: 11543202088

Program Studi

: Ilmu Komunikasi

BENAR pihak sekolah bersedia menerima yang tersebut diatas untuk melakukan riset di SMA Negeri 3 Tualang.

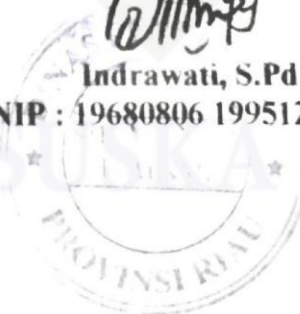
Demikianlah keterangan ini dibuat. Agar digunakan sebagaimana mestinya.

Tualang, 17 Januari 2020

Kepala Sekolah,

Indrawati, S.Pd

NIP : 19680806 199512 2 001



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap **Ratih Sulasmi**. Lahir di Medan, 29 Mei 1997. Lahir dari pasangan Bapak Maryadi dan Ibu Ratna Sri Dewi, yang merupakan Anak pertama dari tiga besaudara. Masuk pendidikan ke Sekolah Dasar di SDN 1 Kuala Gasip. Menengah Pertama di MTS Mistahul Jannah Kuala Gasip, dan tamat pada tahun 2012. Pada tahun itu juga penulis melanjutkan pendidikan ke Sekolah Menengah Atas di SMAN 3 Tualang dan tamat pada tahun

2015.

Pada tahun 2015 melalui jalur Seleksi PBUD di terima menjadi mahasiswa pada Program Studi Ilmu Komunikasi dengan konsentrasi Broadcasting, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Sultan Syarif Kasim Riau

Penulis mengikuti Unit Kegiatan Khusus (UKK) SANGGAR KASIMIYAH. Bulan Juli sampai Agustus 2018 melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa kampung kayu ara, Kecamatan Sungai Apit, Kabupaten Siak. Bulan Desember 2018 sampai Februari 2019 penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di IDX Channel tepatnya di MNC Tower, Jakarta.

Pada tanggal 13 Agustus 2020 dinyatakan lulus dan berhak menyandang gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) melalui sidang terbuka Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

UIN SUSKA RIAU